



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE  
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS, LETRAS E ARTES  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ESTUDOS DA MÍDIA**

**CAMILA PRISCILA LOPES**

**RISCO E VISIBILIDADE: A PRÁTICA DA *SELFIE* DE RISCO E A  
FORMAÇÃO DE SUBJETIVIDADES NA SOCIEDADE  
CONTEMPORÂNEA**

**NATAL/RN**

**2018**

CAMILA PRISCILA LOPES

**RISCO E VISIBILIDADE: A PRÁTICA DA *SELFIE* DE RISCO E A FORMAÇÃO DE  
SUBJETIVIDADES NA SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA**

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia, do Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes da Universidade Federal do Rio Grande do Norte, na linha de pesquisa Estudos da Mídia e Práticas Sociais, como requisito para obtenção do título de mestre.

Orientadora: Profa. Dra. Maria das Graças Pinto Coelho.

**NATAL  
2018**

Universidade Federal do Rio Grande do Norte - UFRN  
Sistema de Bibliotecas - SISBI  
Catalogação de Publicação na Fonte. UFRN - Biblioteca Setorial do Centro de Ciências Humanas, Letras e  
Artes – CCHLA

Lopes, Camila Priscila.

Risco e visibilidade: a prática da selfie de risco e a formação de subjetividades na sociedade contemporânea / Camila Priscila Lopes. - Natal, 2018.  
72f.: il. color.

Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes, Programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia, Natal, RN, 2018.

Orientadora: Profa. Dra. Maria das Graças Pinto Coelho.

1. Visibilidade - Dissertação. 2. Selfie de risco - Dissertação. 3. Subjetividades - Dissertação. 4. Sociabilidades - Dissertação. I. Coelho, Maria das Graças Pinto. II. Título.

RN/UF/BS-CCHLA

CDU 316.77

CAMILA PRISCILA LOPES

**RISCO E VISIBILIDADE: A PRÁTICA DA *SELFIE* DE RISCO E A FORMAÇÃO DE  
SUBJETIVIDADES NA SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA**

Dissertação de mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia (PPgEM), da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), como requisito obrigatório para a obtenção do título de mestre em Estudos da Mídia.

**BANCA EXAMINADORA**

---

Profa. Dra. Maria das Graças Pinto Coelho (Orientadora)

---

Prof. Dr. Marcelo Bolshaw Gomes (Examinador Interno)

---

Profa. Dra. Marcília Luzia Gomes da Costa Mendes  
(Examinador Externo à Instituição)

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

### *Figuras*

<b>Figura 1:</b> Selfie de risco Ângela Nikolau 2015.....	42
<b>Figura 2:</b> Selfie de risco Beerkus 2015.....	43
<b>Figura 3:</b> Selfie de risco Ângela Nikolau 2016.....	56
<b>Figura 4:</b> Selfie de risco Beerkus 2016.....	59
<b>Figura 5:</b> Selfie de risco Beerkus 2017.....	63
<b>Figura 6:</b> Selfie de risco Beerkus 2017.....	64

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b>	<b>7</b>
1.1 METODOLOGIA	12
<b>2 MUDANÇAS NA VISIBILIDADE: NOVAS FORMAS DE VER E SER VISTO</b>	<b>17</b>
2.1 VISUALIDADE E VISIBILIDADE MEDIADA	17
2.2 EXPOSIÇÃO DO EU: OS DISPOSITIVOS DE VISIBILIDADE E A FORMAÇÃO DE SUBJETIVIDADES	21
2.3 CULTURA DA VISUALIDADE: DESENVOLVIMENTO DE SOCIABILIDADES NA SOCIEDADE DA AUTOPROMOÇÃO	24
<b>3 ENTENDENDO A PRÁTICA DA <i>SELFIE</i> DE RISCO</b>	<b>28</b>
3.1 DE QUAL RISCO ESTAMOS FALANDO?	28
3.2 <i>SELFIE</i> : O AUTORRETRATO CONTEMPORÂNEO	31
3.3 <i>SELFIE</i> DE RISCO: PERFORMANCE ARRISCADA DOS SUJEITOS NA WEB	34
<b>4 A VISIBILIDADE MIDIÁTICA DAS <i>SELFIES</i> DE RISCO</b>	<b>40</b>
4.1 <i>SELFIES</i> DE RISCO VIRALIZADAS NA WEB EM 2015	40
4.2 CASOS DE MORTES DURANTE A TENTATIVA DE CAPTURA DE <i>SELFIE</i> DE RISCO EM 2015	51
4.3 <i>SELFIES</i> DE RISCO VIRALIZADAS NA WEB EM 2016	55
4.4 CASOS DE MORTES DURANTE A TENTATIVA DE CAPTURA DE <i>SELFIE</i> DE RISCO EM 2016	60
4.5 <i>SELFIES</i> DE RISCO VIRALIZADAS NA WEB EM 2017	62
4.6 CASOS DE MORTES DURANTE A TENTATIVA DE CAPTURA DE <i>SELFIE</i> DE RISCO EM 2017	65
<b>5 CONSIDERAÇÕES FINAIS</b>	<b>67</b>
<b>REFERÊNCIAS</b>	<b>69</b>

## RESUMO

Os dispositivos móveis de interação e as conexões por eles estabelecidas e sustentadas constituem consideráveis elementos quando tratamos das mudanças na visibilidade e em seus regimes. Certamente, o acesso a esses dispositivos conectados, junto à capacidade de produzir e partilhar conteúdos simbólicos, são imprescindíveis para o surgimento da sociedade da autopromoção que vivenciamos nos dias de hoje em que práticas de exibição de si são frequentes, gerando uma profusão de imagens que dominam as redes sociais digitais e o cotidiano social. Dentre as variadas modalidades de representação de si na internet, destacamos nesta dissertação a prática da *selfie* de risco. Através da Hermenêutica de Profundidade e com o auxílio da etnografia virtual, visamos esclarecimentos que tocam a seguinte questão: quais implicações são geradas no processo de formação de subjetividades a partir da prática da *selfie* de risco? Com base nesse questionamento, a pesquisa destinou-se a compreender de que forma as subjetividades estão associadas aos dispositivos de visibilidade, bem como, entender os meios pelos quais a prática da *selfie* de risco pode agregar visibilidade aos seus adeptos, tendo em vista as interferências que este fato tende a trazer ao processo de estruturação de sociabilidades.

**Palavras-chave:** Visibilidade. *Selfie* de risco. Subjetividades. Sociabilidades.

## ABSTRACT

Mobile interaction devices and connections established and sustained by them are considerable elements when dealing with changes in visibility and in their schemes. Of course, access to these connected devices, together with the capacity to produce and share symbolic contents, are essential for the emergence of the self-promoting society we are experiencing today, in which self-display practices are frequent, generating a profusion of images that dominate digital social networks and everyday social. Among the various modalities of self representation on the internet, we highlight in this dissertation the practice of risk selfie. Through Depth Hermeneutics and with the aid of virtual ethnography, we seek clarifications that touch on the following question: what implications are generated in the process of subjectivity formation from the practice of risk selfie? Based on this questioning, the research aimed to understand how subjectivities are associated with visibility devices, as well as to understand the means by which the practice of self-risk can add visibility to its adherents, taking into account the interferences which this fact tends to bring to the structuring process of sociability.

**Keywords:** Visibility. Selfie at risk. Subjectivities. Sociabilities.



## 1 INTRODUÇÃO

A sociedade contemporânea é marcada por uma vigente transição, o telefone já não é uma ferramenta aplicada exclusivamente à comunicação falada, as novidades tecnológicas surgem velozmente, tornando-se quase impossível não estar inserido nesse cenário. Nesse contexto, não se torna difícil encontrar diariamente práticas sociais inovadoras, possíveis, graças aos engenhosos sistemas de criação e compartilhamento de conteúdos, e claro, a sociabilidade, fruto do processo, que ganha força significativa com o surgimento dos dispositivos móveis de interação.

Uma das principais características da comunicação digital é o seu caráter volátil, o tempo é medido em nanossegundos, a velocidade em que as informações circulam é surpreendentemente cativante, da mesma maneira como deixam de ser importantes e visíveis. Nesse universo de comportamentos conjuntos e ao mesmo tempo descentralizados, nasce uma cultura multifacetada, capaz de proporcionar o ininterrupto reajustamento da percepção de realidade nos sujeitos.

O desenvolvimento das mídias demonstra-se fundamental para atingirmos o período de produção compartilhada e segmentada que vivemos atualmente, período este, apropriado para produzir conglomerados de variedades culturais de ordens distintas. Inúmeras probabilidades de geração de materiais emergem como insetos em volta da lâmpada, sejam em texto, vídeo, imagem, etc., as multimídias incorporam-se de maneira interativa em um processo de convergência midiática, integradas em decorrência do crescente número de dispositivos.

A convergência das mídias no mundo digital compõe uma linguagem específica das redes, em que textos, sons, imagens e símbolos se harmonizam. Exemplo vivo dessa realidade conectada é a prática da *selfie* de risco. As *selfies* tratam-se, pois, de uma vigorosa metalinguagem, cúmplice das técnicas de outras linguagens díspares. A ação de capturar *selfies* em cenários de risco desperta questionamentos, afinal, o que pode levar os sujeitos a arriscarem suas próprias vidas na tentativa de gravar imagens de si em situações perigosas?

Diante desses fatos, a pesquisa em questão busca investigar as possíveis implicações geradas no processo de formação de subjetividades a partir da prática da *selfie* de risco. De forma mais específica, o presente estudo se destina a analisar ainda como a prática da *selfie* de risco reproduz a imagem dos sujeitos nela

envolvidos, além de procurar entender os meios pelos quais a prática da *selfie* de risco pode agregar visibilidade midiática aos seus adeptos.

Com a realização de pesquisas iniciais, notou-se a ausência de trabalhos acadêmicos nacionais que abordem a temática, contudo, artigos estrangeiros publicados em páginas na internet obtiveram sucesso na pesquisa. Certamente, uma nova prática, ainda embrionária no campo da pesquisa em comunicação.

O interesse em estudar as *selfies* de risco, por sua vez, parte da realidade emergente que hoje presenciamos, o questionamento enfatizado nesta pesquisa adquire destaque no contexto atual, visto que a mobilidade dos usuários conectados através de aparelhos móveis adéqua a existência de práticas sociais reconstruídas, nas quais, muitos aspectos do território do corpo físico, mesclam-se com a multiplicidade dos espaços virtuais que este mesmo corpo pode impetrar.

Além disso, decidiu-se analisar a prática da *selfie* de risco em consequência da aparição de casos de morte por tentativa de autorretratos em cenários arriscados, assim como, a inserção da prática na sociedade contemporânea, representada por meio de *selfies* de risco viralizadas na internet. No ano de 2015, casos de sujeitos que sofreram acidentes, ou até perderam suas vidas durante a tentativa de registrar um autorretrato em ambientes arriscados, apareceram nos principais sites de divulgação de notícias do país. De acordo com matéria publicada pela revista Época, no mesmo ano, 12 pessoas ao redor do mundo se acidentaram fatalmente enquanto se arriscavam no intuito de registrar suas experiências naquele instante<sup>1</sup>.

Em um tempo em que, por meio da internet, as coisas ganham um alcance maior, é importante discutir os impactos dessas comunicações após a quebra do polo de emissão das mensagens. Atualmente, mais do que nunca, todos podem se comunicar e têm meios para isso, são diversas as ferramentas capazes de ampliar o alcance do que se diz. As informações abandonaram o caráter estático de distribuição, há um público mais ativo, que opina e propaga seus pontos de vista (STRELOW et al, 2012).

A realização e publicação de *selfies* de risco em redes sociais, como o *Instagram*, evidenciam o grau de mutações que o comportamento humano vem sofrendo com a prosperidade das tecnologias da informação e comunicação (TICs). A *selfie* é, dessa maneira um tipo de autorretrato registrado para ser publicado,

---

<sup>1</sup> Fonte: <<http://epoca.globo.com/vida/experiencias-digitais/noticia/2015/09/selfies-ja-matam-mais-humanos-do-que-ataques-de-tubaroes.html>>. Acesso em: 30/04/2016.

podendo ser destinada aos incontáveis usuários de redes que habitam a internet. Esse material visual sai do particular para o público, pois os sujeitos expõem situações da vida cotidiana, até mesmo as mais íntimas. Todos esses conteúdos dispostos na rede são vulneráveis a interações e opiniões, tecidas nos comentários abaixo da imagem publicada (FERNANDES, 2015).

Mas, o que os adeptos das *selfies* de risco aspiram? visibilidade, autoconhecimento, fama na web, ou apenas o desejo de comunicar uma mensagem através de suas imagens e cenários arriscados? As questões aqui levantadas ultrapassam o viés narcísico da prática. A *selfie* é vista por muitos como uma aparente superficialidade representativa, porém, suas implicações podem abarcar consequências mais fatalistas na vida dos sujeitos. Os autorretratos de risco são exemplos recentes e ainda latentes dessa realidade social conectada.

Fernandes (2015) alega que tudo pode ser compartilhado a todo instante na web. É como se a vida das pessoas pudesse ser interpretada através da *selfie*. Um *smartphone* em mãos garante que inúmeras ocasiões e estados de espírito sejam replicados sem a ajuda de um fotógrafo ausente na imagem. Os apreciadores divulgam o que gostam de ler, as viagens que realizam, as vestes que preferem, em meio a tantos outros aspectos comportamentais, sociais e econômicos representativamente expostos nas *selfies*. Esses registros funcionam como via de intervenção ideológica, política e econômica. (FERNANDES, 2015).

A possibilidade de fotografar-se em um dado momento e quase que instantaneamente publicar a imagem na internet, alavancou o surgimento de práticas sociais ligadas a visibilidade midiática. A captura, ou mesmo a tentativa de fotografar uma *selfie* em lugares proibidos e perigosos têm chamado a atenção de estudiosos da psicologia, comunicação, sociologia e áreas afins, afinal, se o risco está associado ao cuidado, ele é visto por uma ótica negativa e evitá-lo é sempre o conselho mais sábio a ser seguido. Sendo assim, submeter-se a riscos foge dos princípios implantados pela sociedade: segurança, juventude prolongada, autocontrole, responsabilidade com aspectos ecológicos, dentre tantos outros (VAZ, 2006). Podemos dizer, replicando as palavras de Vaz (2006) que o risco é tido como um modo de regar o prazer.

Mesmo diante de tantas probabilidades consequenciais que o risco alcança, a prática da *selfie* de risco vem adquirindo adeptos pelo mundo. Por meio desses autorretratos, os sujeitos atribuem a si mesmos uma personificação a ser admirada.

O impacto dos autorretratos nos contextos sociais e particulares é tamanho, tanto que dentro do universo artístico a atividade passou a ser considerada gênero, abandonando assim a categoria de subgênero do retrato e tomando para si status de gênero autônomo, por conta da massificação de uma série de elementos que escapam dos limites do campo da arte. O exercício das tecnologias para a produção de imagens é voluntarioso no que diz respeito à reflexão de um eu expandido (SÁNCHEZ, 2014).

Vaz (2006) argumenta que as novas tecnologias alteram a comunicação e as vivências do corpo, por sua competência de provocar uma mediação conjunta, a presença corporal e cognitiva é construída no aqui e agora, as experiências concretizam-se velozmente, assim como se perdem envolta de tantas outras possibilidades.

Diante dessas razões, a presença de postagens de *selfies* tornou-se intensa na vida das pessoas. As publicações de autorretratos passaram a ser usadas como formas de narrar ações do cotidiano, sendo suscetíveis, por sua vez, a influências dos diferentes temperamentos, afetos e percepções das pessoas envolvidas.

Consequentemente, as *selfies* de risco são capazes de gerar interações, o aperfeiçoamento das novas tecnologias móveis, direcionadas a imagem e visibilidade, faz emergir a cada dia novas concepções de sociabilidade, estas, por sua vez, afetam os padrões de comunicação, por conseguinte, o meio social, enfim, não há como separá-los.

Segundo Bauman (2004), o advento dessas novas plataformas de sociabilização e relacionamento favorece o cenário para os tempos “líquidos” em que se vive hoje. Essa metáfora de liquidez se refere à fragilidade, à fluidez e a outros elementos presentes nas relações que são constituídas na contemporaneidade, em que o homem, mais que nunca, comunica-se por meio de imagens, agora, também, virtualizadas. As fotografias deixaram de ter um papel único e exclusivamente documental, elas assumem agora um caráter mais polissêmico, com diversas percepções e sentimentos.

Certamente, a internet possibilitou uma nova forma de as pessoas interagirem. Para Simmel (1908 apud REZENDE, 2010, p. 22), a sociedade é formada pela interação com o outro e essa interação compreende “levar em conta, na forma de agir, a presença ou existência do outro”. As interações seriam compostas por uma “forma” e uma “motivação”, na qual a primeira tem a ver com o

formato, como o conteúdo passa a existir; já a segunda, seria o conteúdo em si, o objetivo do indivíduo que inicia a interação.

Essa interação se dá por meio de uma linguagem carregada de aspectos subjetivos, que pretendemos analisar nesta pesquisa. Para Mauss (1980 Apud REZENDE, 2010, p. 24), “a expressão dos sentimentos é uma linguagem em que o indivíduo comunica aos outros, aquilo que sente em um código comum”, a qual também comunica a si mesmo, suas emoções. Acredita-se que, por meio dos atuais *selfies* inseridos nas plataformas de redes sociais *on-line*, os usuários partilham aspectos mais subjetivos de suas vivências.

Em presença de tais justificativas, o estudo mostra-se de suma relevância para o campo da comunicação, por inevitavelmente tentar encontrar rastros que norteiam a identificação das personificações que o sujeito vem impetrando na sociedade contemporânea, avaliando dessa maneira, a relação entre a prática da *selfie* de risco e o engendramento de subjetividades e sociabilidades, afinal, a ampliação do acesso aos suportes de comunicação e redes sociais possibilita um cenário de “atualização permanente – e sempre recente – das informações, por meio de fragmentos de conteúdo adicionados a todo o momento” (SIBILIA, 2008, p. 116).

Debater como esses discursos autorretrativos estão sendo construídos na atualidade, pois, é de extrema valia, por procurar compreender a significância e contexto da superexposição dos autorretratos de risco, intensificando assim, as investigações acerca da visibilidade midiática e da inserção da prática da *selfie* de risco no cotidiano dos sujeitos. Para tal, empregamos a pesquisa bibliográfica, a fim de unirmos teorias de autores que amarram o conceito de visibilidade a formação de subjetividades e sociabilidades, como Thompson (2008, 2010),

Sibilia (2008, 2013, 2015), Bruno (2004, 2013) Rocha (2006), Amaral (2016) e Lemos (2002). Ao explorarmos o universo do risco nos apoiaremos das contribuições de Giddens (2007, 2016), Vaz (2006) e Beck (1992). Para tratar de performance e *selfie*, utilizaremos artigos de autores como Sibilia (2015), Brasil (2011), Pastor (2017), Fernandes (2015), Soares (2016) e Abdala (2015). Como se sabe, “o aprofundamento bibliográfico é um procedimento sistemático, reflexivo e interpretativo, controlado e crítico, que consente ao investigador encontrar novos conteúdos situados em diferenciadas áreas” (SGORLA, 2010, p.1).

A pesquisa bibliográfica é, neste caso, o ponto de partida do estudo, que se mune ainda da análise empírica para reforçar o pensamento dos autores,

funcionando assim como uma reflexão acerca da realidade social vigente. Por meio da pesquisa empírica, adotou-se como amostras: casos de mortes envolvendo a tentativa de captura de *selfies* de risco e imagens de *selfies* de risco viralizadas na internet de 2015 a 2017. Lembremos que, as amostras foram sequencialmente recortadas de acordo com critérios especificados na metodologia. O exame dos resultados que compõem a amostragem, obtido durante a etapa inicial de coleta de dados concedida pela etnografia virtual, é aprimorado através de uma análise alicerçada pela Hermenêutica de Profundidade. Ao empregar tais metodologias, as probabilidades de identificar as possíveis reconfigurações que tocam, ou não, a visibilidade e a sua relação com a subjetividade dos sujeitos envolvidos no registro de *selfies* de risco, se expandem.

## 1.1 METODOLOGIA

O estudo das práticas sociais, resultantes das conglomeradas inovações tecnológicas e seus inteligentes e interativos dispositivos móveis obteve notoriedade na contemporaneidade. Muitos pesquisadores se destinam a sua investigação, e com isso diferentes formas de validá-las surgiram. A partir do desenvolvimento da internet como meio de comunicação e construção de grupos sociais, estudiosos perceberam que poderiam utilizar técnicas de pesquisa etnográfica neste campo. “A internet pode ser tanto *objeto* de pesquisa (aquilo que se estuda) quanto *local* de pesquisa (ambiente onde a pesquisa é realizada) e, ainda, *instrumento* de pesquisa (por exemplo, ferramenta para coleta de dados sobre um dado tema ou assunto” (FRAGOSO, 2011, p. 17).

Trabalhar com pesquisa qualitativa, não implica na padronização de resultados através de dados assertivos. Em se tratando de pesquisas de caráter qualitativo, as suas delimitações “[...] buscam selecionar os elementos mais significativos para o problema da pesquisa [...] são, portanto, tipicamente intencionais” (FRAGOSO, 2011, p. 68). Sobre as capacidades da pesquisa qualitativa, Appolinário (2009) descreve que:

A pesquisa qualitativa não busca a generalização. Assim, a análise dos dados terá por objetivo simplesmente compreender um fenômeno em seu sentido mais intenso, em vez de produzir inferências que possam levar à construção de leis gerais ou a

extrapolações que permitam fazer previsões válidas sobre a realidade futura (APPOLINÁRIO, 2009, p. 159).

A pesquisa qualitativa, por possuir esse caráter mais analítico e interpretativo do que estatístico, agrega-se ao estudo das *selfies* de risco, no qual a Hermenêutica de Profundidade e a etnografia virtual trabalham juntas para melhor apresentar esclarecimentos e questionamentos associados a prática da *selfie* de risco e a formação de subjetividades. O desenvolvimento da coleta de dados será feito por meio da imersão do pesquisador no ambiente a ser analisado. A ideia é buscar resultados na vivência e no compartilhamento de experiências dentro do campo escolhido, sem desconsiderar seu contexto histórico e contemporâneo.

A etnografia virtual, poderíamos dizer, esse momento etnográfico, consiste no estágio preliminar para a utilização da metodologia Hermenêutica de Profundidade (THOMPSON, 2011), uma vez que a etnografia virtual assume, em nosso caso, o papel de ferramenta inicial de coleta de dados, informações, dados e recortes do material empírico. Por meio dela foi possível a captura das imagens e o próprio reconhecimento da prática da *selfie* de risco pelo mundo. Esta etapa é indispensável ao enfoque metodológico da Hermenêutica e sua eficácia.

A Hermenêutica de Profundidade (HP) ao empregar a interpretação, indispensavelmente relaciona o estudo das formas simbólicas a determinados contextos socialmente arquitetados, dentro dos quais e através dos quais essas formas simbólicas são produzidas e difundidas. De maneira mais sucinta, a Hermenêutica é “O estudo da construção significativa e da contextualização social das formas simbólicas” (THOMPSON, 2011, p. 363).

A Hermenêutica de Profundidade, metodologia desenvolvida por Thompson (2011) destina-se a estudar as formas simbólicas e seus significados, “este referencial coloca em evidência o fato de que o objeto de análise é uma construção simbólica significativa, que exige uma interpretação (THOMPSON, 2011, p. 355). Formas simbólicas, nas palavras do autor: “são construções significativas que exigem uma interpretação, elas são ações, falas e textos, que por serem construções significativas, podem ser compreendidas” (THOMPSON, 2011, p. 357).

Aspectos contextuais se mostram imprescindíveis quando aplicamos metodologias como etnografia virtual e HP. A interpretação do entendimento cotidiano é enfoque da metodologia exposta por Thompson (2011). O autor discute

a validade dessa realidade, atentando para o fato de que não se pode negligenciar o contexto em que as formas simbólicas são produzidas e partilhadas, bem como os atributos técnicos que possibilitam tal partilha.

A análise metodológica da HP é feita por meio de três fases interligadas: análise sócio-histórica, análise formal ou discursiva e a interpretação/reinterpretação. A primeira é responsável pela contextualização dos meios de produção e circulação dos materiais simbólicos, atores, campos de interação, meios técnicos empregados entram nesta etapa. A Análise discursiva ou formal, por sua vez, destina-se ao entendimento do discurso articulado e produzido conjuntamente com a publicação do material simbólico, procurando desvelar os padrões e efeitos que constituem e operam dentro de uma forma simbólica discursiva. A etapa da interpretação/reinterpretação, acontece espontaneamente durante o percurso metodológico, de modo que as impressões e reinterpretações resultantes da junção dessas fases, por sua vez, não são feitas de formas separadas, já que dependem uma da outra para que o estágio final das considerações interpretativas das formas simbólicas se concretize.

Ao tratarmos de formas simbólicas como as *selfies* de risco, frutíferas da intensa inclusão dos *smartphones* na vida dos sujeitos, haja vista que, o acesso a internet, o aprimoramento tecnológico dos aparelhos, junto a capacidade de os sujeitos operarem essas máquinas, capacitaram centenas de milhares de portadores de celulares inteligentes a formularem seus próprios materiais audiovisuais. Sendo assim, a infinidade de matérias e diversidades de formas simbólicas disponíveis na rede compõem um vasto universo de dados e realidades sociais plausíveis de investigação científica.

Em consequência dessa aptidão, o pesquisador que seleciona a internet como ambiente a ser pesquisado, do mesmo modo que a utiliza para coleta de dados, se depara com alguns problemas. A web dificulta o processo de recorte de amostra devido a sua larga amplitude, por conta dessa realidade, é necessária a definição de um recorte de forma coesa, de modo que, a partir disto, os resultados da pesquisa possam mostrar-se mais satisfatórios.

A partir do levantamento feito através do uso da etnografia virtual, realizamos um recorte empírico dentro do universo da pesquisa, no qual selecionamos duas amostragens: uma contendo casos de mortes por *selfies* publicadas na internet por sites de notícias e outra apresentando *selfies* viralizadas



na internet a partir de postagens feitas no *Instagram*, aplicativo de compartilhamento de fotos e vídeos para *smartphones* e *tablets*, desenvolvido pelos engenheiros Kevin Systrom e pelo brasileiro Mike Krieger, lançado em 6 de outubro de 2010<sup>2</sup>.

Foram selecionados casos de mortes envolvendo o registro de *selfies* de risco e imagens de *selfies* de risco viralizadas na internet, de 2015 a 2017. O recorte temporal deu-se por conta do maior número de mortes no período, bem como, pela maior divulgação desses casos e da prática social como um todo, refletida através da viralização de *selfies* de risco. O ano de 2017 foi acrescentado a amostra por causa da presença de casos de mortes em decorrência da tentativa de capturar *selfies* de risco no Brasil.

Por meio desse recorte temporal inicial, foram encontrados, de acordo com divulgação feita pela BBC Brasil, acerca do mapeamento de mortes por *selfies* no mundo, 39 casos de mortes envolvendo *selfies* de risco em 2015 e 73 nos primeiros oito meses de 2016<sup>3</sup>. O estudo em questão não constatou nenhuma morte por *selfie* de risco no Brasil, mas através de buscas na internet, dois casos de sujeitos que morreram ao tentar registrar uma *selfie* foram identificados neste ano no país.

Devido ao número de divulgações de óbitos relacionados a *selfies* de risco nesses anos, selecionamos dois acidentes fatais de cada ano presente no recorte. Os casos em questão, foram os mais noticiados pela mídia e, por conseguinte, os obtidos nos resultados das buscas online. Ressaltamos que os dois acidentes fatais envolvendo o registro de *selfies* de risco em 2017 aconteceram no Brasil.

Analisar esses casos específicos, em meio a outros acontecidos no mesmo período, explica-se, assim, pelo fato de eles terem se tornado públicos. Decerto, sem o conhecimento dos acidentes, e na ausência de arquivos e dados, não seria possível processar nossa análise. Notoriamente, muitos dos casos quantificados no levantamento de mortes associadas a *selfies* de risco, divulgado pela BBC Brasil, que usamos de referência, não foram especificados e detalhados para maiores averiguações, dessa forma, mesmo investigando dados que pudessem levar ao conhecimento desses óbitos, não encontramos informações consideráveis ou fontes que pautavam a notícia.

No resultado das buscas por *selfies* de risco viralizadas, encontramos dois adeptos bastantes conhecidos no *Instagram* por suas “*selfies* extremas” termo usado

---

<sup>2</sup> Fonte: <<https://help.instagram.com/>>. Acesso em: 14 set 2016.

<sup>3</sup> Fonte: <<http://www.bbc.com/portuguese/geral-38021924>>. Acesso em 30 mai 2017.

por eles para se referir aos autorretratos feitos em lugares de alturas elevadas, aqui referidos como *selfies* de risco. Tratam-se de dois jovens russos: Ivan beerkus e Ângela Nikolau. Ambos possuem muitos seguidores nas redes sociais e suas *selfies* dotadas de risco podem ser visualizadas em suas contas no *Instagram*. Por estarmos diante de perfis de jovens adeptos ativos da prática da *selfie* de risco, encontramos muitas fotografias em cenários arriscados na pesquisa, porém, diversas delas não são *selfies*, e sim, imagens de risco. Optou-se então por selecionar imagens que possuem legendas com as *hashtags*<sup>4</sup> *#selfie* e/ou *#extreme*.

A partir desse resultado, empregamos mais um critério de recorte, decidiu-se analisar também as *selfies* de risco mais curtidas nos perfis dos usuários Ângela e Ivan no *Instagram* e aquelas com maior repercussão midiática, ou seja, publicadas e propagadas por sites de notícias. Através desses filtros, localizamos, no total, seis *selfies* de risco virais, sendo assim, uma *selfie* viral de cada usuário por ano. Vale-se salientar que, as legendas e a localização geográfica dos registros são também consideradas.

No emprego da metodologia Hermenêutica de Profundidade, são consideradas as formas simbólicas, em nosso caso, produzidas pelas *selfies* de risco. Analisá-las diz respeito a buscar esclarecimentos e descobertas sobre os novos rumos que as subjetividades contemporâneas vêm trilhando, afinal, quando tratamos de dispositivos de visibilidade e subjetividades, a luz de evoluções tecnológicas ininterruptas e constantes readaptações e criações de práticas sociais vinculadas ao visível, não podemos fechar respostas, mas sim, expandir as pesquisas acerca da estruturação de subjetividades que emergem em meio a profusão de imagens envolventes aos nossos olhares.

---

<sup>4</sup> As *hashtags* são marcadores ou palavras-chave usadas por sites, blogs ou usuários para indexar conteúdos da mesma espécie. Viram hiperlinks dentro da rede para agregar conteúdos a outros que tenham a mesma palavra-chave.

## 2 MUDANÇAS NA VISIBILIDADE: NOVAS FORMAS DE VER E SER VISTO

### 2.1 VISUALIDADE E VISIBILIDADE MEDIADA

O ser humano sempre teve acesso a imagens, mesmo que isso tenha ocorrido – ou ocorra – por meio da visão, que é o meio mais primitivo. Na medida em que prospectamos o mundo que nos rodeia, criamos novas imagens, e isso ocorre de maneira constante. Sem perceber, talvez, muitas vezes somos movidos a fazer isso pela curiosidade e/ou necessidade. Por meio das palavras proferidas por Bosi, podemos confirmar a ideia de que as imagens trazem informações consigo:

Os psicólogos da percepção são unânimes em afirmar que a maioria das informações que o homem moderno recebe vem das imagens. Concebendo o homem moderno como essencialmente visual, não se pode isolá-lo de sua relação com a cultura de um mundo onde o que é produzido é para ser visto (BOSI, 1988, p. 65).

A vida em sociedade é permeada pela visualidade, estamos frequentemente produzindo e visualizando imagens, sejam elas imaginadas ou concretizadas em representações. Para Rocha (2006), “somos capazes de sonhar com nossa própria imagem” (ROCHA, 2006, p.2). Esse fascínio atribuído à imagem e a possível visibilidade a ela agregada, típico da sociedade conectada na qual estamos inseridos, não é característica unicamente da contemporaneidade.

Antes de discutir as possíveis reconfigurações que a visualidade e a visibilidade das *selfies* de risco podem trazer a subjetividade dos sujeitos, primeiramente buscaremos entender as fronteiras que separam esses dois conceitos. Em termos gerais, a palavra visualidade nos dicionários de língua portuguesa é compreendida como característica, qualidade ou estado de visual ou visível. A visibilidade, por sua vez, “refere-se a uma “visualidade portadora de legibilidade” e, igualmente, de um estatuto hierarquicamente estabelecido e socialmente acordado de credibilidade” (ROCHA, 2006, p. 10). Digamos que, trata-se da visualização propriamente dita, que neste sentido, não diz respeito somente ao estar visível, porém, a concretização dessa visualidade.

Se vivemos em um mundo no qual tudo é produzido para ser visualizado, não nos surpreende o fato da visibilidade ter sofrido diversas reconfigurações ao longo dos séculos. Em outros tempos, só conseguíamos ver aquilo que se

aproximava do nosso campo de visão: “A visibilidade comum é sempre localizada: aqueles que são visíveis para nós são aqueles que compartilham conosco a mesma referência espaço-temporal” (THOMPSON, 2010, p. 20). De outra forma, somente seria possível visualizar alguma situação ou sujeito, a partir do uso de algum suporte que expandisse tal capacidade, como binóculos ou lunetas. Por certo, estar visível não depende apenas da visualidade em si, ou seja, daquilo que se transformou em imagem visual, contudo, também está sujeito as estratégias comunicacionais que delimitam o que é ou não posto em visibilidade (ROCHA, 2006).

O desenvolvimento dos meios massivos e posteriormente o surgimento das mídias eletrônicas, concederam a informação e aos conteúdos simbólicos produzidos, a aptidão de serem transmitidos a estendidas distâncias de forma imediata. Sendo assim, as *selfies* de risco por meio das ferramentas de divulgação presentes na rede, geram uma inovadora maneira de observar e também de ser visto: sujeitos de diferentes localidades tornam-se visíveis praticamente no mesmo instante em que capturam seus autorretratos. “Uma pessoa não precisa mais estar presente no mesmo referencial espaço-temporal para ver a outra ou para testemunhar uma ação ou evento. O campo da visão é alargado em termos de espaço e possivelmente de tempo também” (THOMPSON, 2010, p. 20).

A visibilidade mediada da qual as *selfies* de risco dependem para se propagarem, foge da tradicional interação face a face, os meios pelos quais ela adquire notoriedade são desprendidos da presença dos interlocutores no mesmo espaço e tempo. “A visibilidade dos indivíduos, práticas e eventos é liberada da necessidade de dividir um mesmo referencial – é isso que chamo de visibilidade mediada” (THOMPSON, 2010, p. 20). Nessa visibilidade, a visualização tende a acontecer de forma simultânea, independentemente do compartilhamento do espaço físico com os indivíduos para quem se faziam visíveis.

Esse atributo, que toca o distanciamento geográfico dos sujeitos junto a simultaneidade da partilha de conteúdos por eles feita, é chamado por Thompson (2008) de simultaneidade desespacializada. Levando em consideração os apontamentos trazidos pelo autor, o surgimento da internet e de outras tecnologias digitais intensificou e aprimorou novas tendências de visibilidade adotadas pela mídia, dando a elas, inclusive, mais importância.

A relevância dada a visibilidade mediada nos dias de hoje instaura novas táticas de fazer-se visível. O aprimoramento das ferramentas de visibilidade aliada a

internet permitiu que indivíduos produzissem e propagassem seus conteúdos simbólicos. As *selfies* de risco aqui estudadas ilustram bem essa realidade, na qual a multiplicidade de imagens sugere uma visualização mediada global desses materiais.

A popularização da câmera fotográfica digital, por exemplo, concedeu espaço para o grande público ter acesso à fotografia e capturar imagens. A capacidade de colocar-se em ângulos pouco usuais, de ousar nos enquadramentos, cenários, e ainda avaliar a imagem na tela, deletando-a, caso não supra as expectativas, não se reduz a práticas meramente técnicas. Não estamos focando apenas no viés tecnológico da inovação, mas sim, nas reconfigurações sociais e semióticas que o progresso fotográfico ininterruptamente tem apresentado (OLIVEIRA, FREITAS, 2016).

Nas práticas de visibilidade contemporâneas da qual as *selfies* de risco fazem parte, os sujeitos expõem suas vidas em redes, e ao manter-se conectados, aproveitam as conveniências que essa exposição pode vir a trazer, sejam sociais, econômicas ou políticas. As transformações na visibilidade são notórias, passamos de uma sociedade que dispunha de visualidade para uma sociedade que parece estar sempre propícia a visibilidade, aos olhares alheios, a exposição e narração constantes do cotidiano, grande parte, através de imagens tipo *selfie*. Ao dispor de visualidade o almejo seguinte tende a ser a visibilidade.

Levando em consideração a visibilidade mediada contemporânea, propiciada pelo compartilhamento de imagens em redes sociais através de *smartphones* e *tablets*, notamos que a visibilidade já não é mérito somente daqueles que detém o poder, mas também daqueles a quem o poder é aplicado (BRUNO, 2013). A partir da aptidão de produzir e espalhar conteúdos em rede, o sujeito comum passou a lograr de visibilidade.

Ademais, passamos por uma intensa e conturbada mudança nos regimes de visibilidade. Bruno (2013) expressa a importância dos dispositivos e plataformas de compartilhamento de conteúdos na internet e como o processo de permanente reconfiguração desses regimes e suas particularidades reconfiguram os produtos. A autora pontua que os dispositivos móveis, as redes sociais que comportam e a partilha de materiais audiovisuais que tornam possíveis, agregam novos sentidos e direções aos processos de visibilidade. O aprimoramento de plataformas digitais concede à imagem a disposição de transitar pelas telas de forma global. O cenário é

multifacetado, centenas de milhares de imagens são registradas e publicadas em rede, dessa forma, práticas de exibição da intimidade ganham vida na internet.

Devido a dimensão que a internet ocupa, controlar os materiais que circulam é uma difícil tarefa. Por conta dessa propriedade, a visibilidade mediada é também marcada pela não reciprocidade, uma vez que, um sujeito pode ser visto sem tomar conhecimento que está sendo visualizado, assim como, tem a capacidade de observar outros sem ser visto e/ou notado. Thompson completa afirmando que:

Essa nova forma de visibilidade mediada não é mais tipicamente recíproca. O campo de visão é unidirecional: aquele que vê pode enxergar pessoas que estejam distantes e que são filmadas ou fotografadas, mas estas últimas não podem vê-lo, na maioria dos casos (THOMPSON, 2008, p. 21).

O caráter não recíproco é uma das características identificadoras dessa visibilidade, de fato, a ampliação dos suportes de visualização não requer o reconhecimento do outro sobre a situação ou imagem observada. Há, inclusive, a capacidade de se construir uma certa intimidade com o outro, mesmo que este não perceba aquele que o observa. Thompson (2008) articula que a visibilidade mediada “cria também diversos tipos de relacionamentos interpessoais, vínculos sociais e intimidade (o que chamo de «intimidade não-recíproca à distância»)” (THOMPSON, 2008, p. 19).

A conveniência dos celulares com canais abertos para intimidade dá concessão a indefinidos graus de privacidade em territórios públicos, derrubando as barreiras, antes limitadoras, entre o público e o privado. Experiências peculiares transitam em meio ao conturbado cotidiano dos terrenos públicos.

É bem verdade que, atualmente, a localização de pessoas e objetos é aproveitada para formar dados contextuais sobre seus comportamentos, logo, a sociabilidade expande seus horizontes, pessoas de diferentes localidades, raças e hábitos se inserem em um processo contínuo e readaptável de interação, mérito do período de convergência e conexões virtuais que presenciamos.

## 2.2 EXPOSIÇÃO DO EU: OS DISPOSITIVOS DE VISIBILIDADE E A FORMAÇÃO DE SUBJETIVIDADES

Mesmo antes dos tecnológicos dispositivos de tela conectados à internet, a importância recebida ao ato de ser visto, de que maneira essa percepção aconteceria e quais impressões essa visualização poderia receber, se faziam existentes. Verdadeiramente, a constituição da subjetividade possui uma forte relação com a imagem que é transmitida ao olhar alheio. Bruno (2013) ao citar Nobert Elias e Vigarello (1996), articula que:

A gênese da subjetividade pode ser traçada a partir de uma série de cuidados e controles do comportamento, da conduta, do decoro corporal externo, das práticas de limpeza e saúde e beleza, que se constitui inicialmente numa estreita atenção ao olhar do outro (BRUNO, 2013, p. 56).

O olhar do outro constitui, assim, uma ferramenta de grande valia na tessitura das relações sociais. Não é de se estranhar que, em uma sociedade voltada para a imagem, a visualidade e a visibilidade tenham adquirido tamanha inserção na vida dos sujeitos. Entretanto, ao mesmo tempo em que o estar visível torna-se elemento essencial da sociedade contemporânea, ele pode vir a causar questionamentos no que tange ao desenvolvimento de sociabilidades e processos de subjetivação.

As características físicas e comportamentais do sujeito são projetadas para o outro a partir da sua própria visualidade, e essa capacidade recebe gloriosa atenção quando tratamos de subjetividades e sociabilidades, afinal, experienciamos um intenso tráfico de imagens, no qual “os contrabandos de significação são ininterruptos” (ROCHA, 2006, p. 2). Como versa Sibilia (2013),

Numa cultura tão comprometida com o valor das imagens, não surpreende que o visível tenha se tornado um problema; em consequência, tampouco pode resultar estranho que nesta época se multipliquem os questionamentos em torno dos alicerces que sustentam nossas visualidades (SIBILIA, 2013, p. 119).

Quais seriam os alicerces que sustentam as nossas visualidades nos dias de hoje? Questões de diversos segmentos, político, social ou estético, engendram as

dinâmicas de produção e circulação da visualidade contemporânea (BRUNO, 2013). Aprendemos a viver permanentemente representados por imagens, a partir dessa produção imagética, rastros de subjetividade se misturam a imagem corpórea do sujeito para unificar a representação, muitas vezes dotada de performance, o que vai ao encontro do que diz Sibilia (2013), isto é, “uma incitação à produção do “eu” na esfera do visível” (SIBILIA, 2013, p. 119).

A projeção do eu na esfera do visível, esse “eu-imagem” (BRUNO, 2013), tende a ser relativo a visualização do outro, a veracidade do eu-imagem não se camufla por trás de signos postos a investigação sobre aquele a quem o olhar é destinado, ela se concretiza no ato da visualização pelo outro.

A estruturação de subjetividades, assim como a verossimilhança do eu-imagem, certamente estão ligados a capacidade de ser alvo do olhar do outro, de conseguir atraí-lo, “sabe-se que o olhar é indissociável da história da formação da subjetividade” (BRUNO, 2013, p. 56). O ato de se autoproduzir, seja subjetivamente ou fisicamente, partilha maneiras de ver o mundo e como nele permanecer, assim como adquire novos traços nesses âmbitos da existência.

Dessa maneira, as “modulações das subjetividades contemporâneas podem ser relacionadas aos dispositivos de visibilidade que as atravessam” (BRUNO, 2013, p. 53). A autora reforça o pensamento ao afirmar que, ver e ser visto não necessariamente associa-se a situações de controle e vigilância, “mas também de prazer, sociabilidade e entretenimento, cuidado consigo e com o outro” (BRUNO, 2013, p. 67). Esta cautela com aquilo que é imediatamente visível ao outro é um aspecto fundamental na tessitura das relações sociais contemporâneas.

As interações sociais contemporâneas, que tendem a germinar uma intimidade não local, são indícios da sociedade em rede referida por Castells (2001). De acordo com o autor, há a predominância de uma sociedade em rede, moldada pela dinâmica de trocas informacionais, que agrega “poder” aos agrupamentos e metodologias produtivas. A sociedade em rede ressaltada por Castells (2001) é dotada de instabilidade, os procedimentos comunicativos são reconfigurados a todo instante e seu desenvolvimento está acoplado ao incremento das tecnologias informativas, junto à produção discursiva que a mídia dispõe sobre tais questões.

Como nos esclarece Sibilia (2008), não se pode negar que a sociedade em rede é alicerçada pelas tecnologias da comunicação e informação, e torna-se palco



para as implicações subjetivas da sociedade aliada aos usos das mídias comunicacionais, seus suportes e ferramentas. À autora afirma:

Seria vão menosprezar a influência que esses novos artefatos - cada vez mais utilizados para pensar, escrever, ler e comunicar - estão exercendo na maneira que pensamos, escrevemos, lemos e nos comunicamos. Os textos eletrônicos, escritos e lidos nas telas dos computadores, muitas vezes pontilhados de sons e imagens fixas ou em movimento, instauram novos hábitos e práticas; tanto para os autores quanto para os leitores (SIBILIA, 2008, p. 36).

Se a partir dos usos das mídias comunicacionais novas formas de agir são geradas, além de abrir caminhos no que diz respeito aos dispositivos de visibilidade, elas ocasionam consideráveis implicações na subjetividade dos sujeitos. Nessa perspectiva, Bruno (2004) esclarece:

A relação entre subjetividade e visibilidade ganha novos contornos com as tecnologias comunicacionais contemporâneas. Tais tecnologias participam de uma transformação no modo como os indivíduos constituem a si mesmos e modulam sua identidade a partir da relação com o outro, mais especificamente com o 'olhar' do outro (BRUNO, 2004, p. 110).

O processo de construção da visibilidade mediada e, conseqüentemente, dessa possível intimidade, muitas vezes sem reciprocidade, é engendrado por propriedades típicas das mídias comunicacionais, que vão de aspectos técnicos (edições, angulações de câmera) a questões mais sociais, como formas de interação interpessoal advindas das mídias. A visibilidade mediada molda-se ainda, pelos elementos que envolvem e acompanham a imagem, sejam textos, sons, ou informações que possam ceder dados para a contextualização histórica do fato, sujeito ou imagem apresentada, afinal:

A visualidade não é uma dimensão sensória isolada, mas vem geralmente acompanhada pela palavra falada ou escrita – trata-se do áudio-visual ou do textual-visual. Ver nunca é «pura visão», não é uma questão de simplesmente abrir os olhos e captar um objeto ou acontecimento. Ao contrário, o ato de ver é sempre moldado por um espectro mais amplo de pressupostos e quadros culturais e pelas referências faladas ou escritas que geralmente acompanham a imagem visual e moldam a maneira como as imagens são vistas e compreendidas (THOMPSON, 2008, p. 21).

Certamente, as mídias comunicacionais não se resumem a ferramentas para disseminação de informações entre sujeitos, sem tocar no processo interativo dos mesmos, pelo contrário: “Usando as mídias comunicacionais «novas» formas de agir e interagir são criadas considerando-se suas propriedades distintivas específicas” (THOMPSON, 2008, p. 17). Bruno (2013) versa que, os sentidos e direções que desfrutam os processos de visibilidade, são compostos por vetores capazes de modular subjetividades. Como anteriormente versado, a visibilidade é elemento condicionante na reestruturação e formação de subjetividades. Levando em consideração o contexto atual, essa afirmação é ainda mais pertinente.

Um dos vetores referidos por Bruno (2013) é a exibição de si através das tecnologias e redes de comunicação. Seguramente, a exposição do eu na web e a visibilidade por ela proporcionada traz a tona práticas de autopromoção na internet, elemento que vai ao encontro do que Thompson (2010) chama de “sociedade da autopromoção”.

Nas práticas de visibilidade contemporâneas os sujeitos expõem suas vidas em redes, e ao manter-se conectados, aproveitam as conveniências que essa exposição pode vir a trazer, sejam sociais, econômicas ou políticas. As transformações na visibilidade são notórias, pois passamos de uma sociedade que dispunha de visualidade para uma sociedade que parece estar sempre propicia a visibilidade, aos olhares alheios, a exposição e narração constantes do cotidiano, grande parte, por meio de imagens representativas. Ao dispor de visualidade o almejo seguinte tende a ser a visibilidade.

### **2.3 CULTURA DA VISUALIDADE: DESENVOLVIMENTO DE SOCIABILIDADES NA SOCIEDADE DA AUTOPROMOÇÃO**

Diante das transmutações nas formas de fazer-se visível, relevadas nos apontamentos do tópico anterior, perceberemos a criação de uma cultura da visualidade. Pesquisadores como Rocha (2006) argumentam que a sociedade contemporânea é uma sociedade da visualidade, voltada à exibição e visibilidade constantes. Porém, Baitello Júnior (2007) lembra que “ambientes de imagens não são, contudo, novidades na história cultural do homem. Seria míope afirmar que são uma novidade na cultura humana” (BAITELLO JUNIOR, 2007, p. 6). As manifestações e representações imagéticas das tumbas egípcias, assim como as

pinturas feitas em cavernas, ilustram a presença das imagens na história, reforçando a ideia de que o homem já convive com imagens há muito mais tempo do que imaginamos.

O que partilhamos nos dias atuais é a permanente mutação cultural, consideravelmente provocada pelo avanço das tecnologias da comunicação, que consequentemente frutifica mudanças nos suportes produtores de imagens (BAITELLO JUNIOR, 2007). Em razão dessa realidade, Thompson (1995) não nos deixa esquecer que o avanço tecnológico sempre foi crucial na história da transmissão cultural, ele altera a base material, da mesma forma que interfere nos meios de produção e recepção, dos quais depende o processo de transmissão cultural.

O desenvolvimento cultural, assim, não se dissocia dos avanços pelos quais passou e ainda passa a comunicação como um todo, desse modo, as tecnologias que sustentam as interações sociais contemporâneas proporcionam impactos socioculturais na produção imagética. A cultura da visualidade, por sua competência, atua na visibilidade dessa produção, trabalhando na circulação desses materiais simbólicos, a “visibilidade associa-se, portanto, a mecanismos socioculturais” (ROCHA, 2006, p. 10).

Nestes termos, cabe esclarecer que os impactos socioculturais na produção imagética são identificadores dessa cultura da visualidade, na qual a visibilidade requerida se faz no exercício da interpretação, da educação do olhar e na afirmação da subjetividade, afinal, ela não depende exclusivamente da visão propriamente dita, mas sim, de atrair o olhar do outro, de estimular sua visão, logo, depende de suposições mais subjetivas.

A visibilidade mediada referida por Thompson (2008, 2010) e os dispositivos midiáticos que a torna possível, instauram práticas que orientam a vida dos sujeitos. A utilização de *smartphones* para visualização de materiais, interações interpessoais e propagação da imagem de si na internet, tem invadido o cotidiano dos sujeitos, estes, por sua vez, buscam se representar através de performances para aqueles que assistem, almejam seduzir os espectadores, chegando a emoldurar suas atitudes e gestos do dia-a-dia, em busca da apreciação do público. A visibilidade requer o olhar do outro, “do mundo, do alheio, do não-eu” (SIBILIA, 2008, p. 32).

A visibilidade mediada permitiu a representação íntima da vida pessoal, graças a ausência das amarras da co-presença. Tal feito acabou por facilitar o

surgimento do que Thompson nomeia de sociedade da autopromoção. Na sociedade da autopromoção, “conquistar visibilidade pela mídia é conseguir um tipo de presença ou de reconhecimento no âmbito público que pode servir para chamar a atenção para a situação de uma pessoa ou para avançar a causa de alguém” (THOMPSON, 2008, p. 37). O autor menciona ainda a relação das novas formas de visibilidade com as mudanças no processo de interação interpessoal, para ele, antes de entender como se processa essa nova visibilidade, é necessário compreender os caminhos pelos quais o avanço das mídias comunicacionais altera a natureza da interação social.

Por conseguinte, as imagens que transitam diariamente nas telas dos dispositivos constituem “formas seriais de modos de ser, espectros a serem alegremente consumidos” (ROCHA, 2006, p. 12). Vale salientar que a cultura da visualidade não se resume apenas a saturação e/ou obscenidade das imagens, muito além do excesso delas, trata-se “da inserção original das imagens na malha cultural e nas interações sociais contemporâneas” (ROCHA, 2006, p. 12).

A sociedade da autopromoção, refletida através da cultura da visualidade, comporta inovadoras formas de sociabilidades, as interações sociais, por não se fazerem mais obrigatoriamente através do face a face, se constituem com o auxílio de imagens, germinadas e semeadas na rede. A estetização do cotidiano por meio dessas imagens revela uma constante busca por maior contato e sociabilidade (LEMOS, 2002). Nessa lógica, os meios de comunicação gráficos e audiovisuais; e, mais recentemente, também as redes digitais interativas influenciam as vidas individuais e a dinâmica coletiva da sociabilidade (SIBILIA, 2013). Mas de que sociabilidade estamos falando? “O fenômeno da sociabilidade diz respeito à forma das relações sociais” (AMARAL, 2016, p. 47). À vista disso, a autora, ao utilizar o pensamento de Férreol (2007) esclarece o conceito de sociabilidade: “entende-se assim por sociabilidade os processos de interação ou a capacidade para fundar grupos e construir redes suportadas na relação social entre vários indivíduos” (AMARAL, 2016, p. 47).

Expressamente, a sociabilidade na internet se difere das formas mais tradicionais de interação social, contudo, não se deve reduzir a sociabilidade na web a uma simples virtualização da realidade. “As interações realizadas na internet distinguem-se pela ausência da espacialidade física, o que não significa, em absoluto, a “deslocalidade” das relações” (ROSSINI, 2014, p. 2). Seria errôneo

acreditar que tais relações não são significativas no processo de socialização e reestruturação de subjetividades.

Na visão de Bruno (2004), a sociedade contemporânea e seus dispositivos portáteis de interação “dão continuidade a uma tendência inaugurada na modernidade: a incidência do foco de visibilidade sobre o indivíduo comum, aspecto decisivo na produção de subjetividades e identidades” (BRUNO, 2004, p. 110).

No que diz respeito a valorização da visibilidade midiática e da transmutação de feitos banais do cotidiano em imagens globalizantes, compreendemos que a sociedade da autopromoção citada por Thompson (2008) é demarcada pela publicização do privado. Os sujeitos se autopromovem por intermédio da fotografia de situações corriqueiras de suas vidas pessoais. Ademais, torna-se difícil delimitar as fronteiras entre o público e o privado nessa sociedade que se autopromove quase que ininterruptamente.

Nesse contexto, a exibição da intimidade, a fluidez do eu e da vida, veneradas e espetacularizadas, revelam o quanto as narrativas biográficas tem se expandido, não somente na internet, mas também através de outros suportes. Como reforça Sibilia (2008) “uma intensa “fome de realidade” tem eclodido nos últimos anos, um apetite voraz que incita ao consumo de vidas alheias e reais” (SIBILIA, 2008, p. 34).

Simões (2013) ao ler Braudy (1986) alerta para o fato de a visibilidade ter adquirido grande importância na vida dos sujeitos: “a visibilidade se torna crucial para o modo como os indivíduos se situam no mundo” (BRAUDY 1986 apud SIMÕES, 2013, p. 109). Na mesma intensidade, a inviabilidade de alcançar visibilidade midiática pode levar os sujeitos a obscuridade, uma espécie de óbito virtual por desaparecimento.

Um ponto importante a ser esclarecido é o fato de nem toda visibilidade ser almejada, ela apresenta bônus, mas também pode possuir ônus. “Os dispositivos eletrônicos de vigilância representam muitas vezes a face negativa e potencialmente perversa da visibilidade, inspirando temores de atentados à privacidade e à liberdade dos indivíduos” (BRUNO, 2004, p. 120). Efetivamente, a sociedade da autopromoção é erguida pela visibilidade mediada. Através dessa visibilidade os modos pelos quais os sujeitos interagem, se representam, são vistos e até como gostariam de ser reconhecidos, passam por reconfigurações.

### **3 ENTENDENDO A PRÁTICA DA *SELFIE* DE RISCO**

#### **3.1 DE QUAL RISCO ESTAMOS FALANDO?**

Evidentemente, os seres humanos sempre enfrentaram riscos, acidentes naturais, incêndios, violência, entre tantos outros. O que distingue os períodos anteriores dos dias que presenciamos, é a sublimação das imprevisibilidades, pois o homem busca a todo instante fabricar a solução para o provável ônus que a modalidade de risco pode propiciar (GIDDENS, 2016).

Pesquisadores como Giddens articulam que a origem do conceito de risco foi firmada por volta dos séculos XVI e XVII por exploradores ocidentais ao se aventurarem pelo mundo. Inicialmente, o risco referia-se a navegações por águas desconhecidas, assim sendo, sua significância auxiliava na orientação espacial. Mais adiante, sua aplicação passou a ser transferida para o tempo, como forma de calcular o intervalo dos pagamentos, na intenção de impedir prováveis perdas e danos para os investidores e para aqueles que contraíam empréstimos.

Contextualizando a utilização do termo, seu uso tomou proporções mais correntes em línguas europeias a partir do século XVI. O nascimento do risco liga-se ao aparecimento de um desvio ético. Ao pensar nas presumíveis implicações que os seus atos podem obter, os sujeitos consideram o risco como perigo e colocam em questão os obstáculos, consequências e valores que determinado momento dispõe (VAZ, 2006).

No passado, as grandes civilizações do mundo, como a Romana, depositavam sua confiança no destino, a vontade dos deuses justificava as inglorias naturais que sucediam durante o período. Os riscos que perturbavam as civilizações eram aqueles naturalmente advindos, como uma praga na lavoura, a fome, enchentes, furacões e outras prováveis catástrofes naturais (GIDDENS, 2007).

Como pontua Vaz (2006), o conceito de risco parece ter furtado os acontecimentos póstumos do domínio dos deuses. Há vestígios de que o planejamento, que visa a segurança, tenha tomado o controle daquilo que, ainda sim, é um mistério para os olhos de todos os seres vivos, funcionando como um procedimento de cálculo de futuros infortúnios. O risco refere-se, pois, a uma dinâmica movimentadora de uma sociedade estrategicamente mutável, que opta por

experimentos para desvendar o futuro, ao invés de deixá-lo no domínio das obstinações da natureza. (GIDDENS, 2007).

Consequentemente, os riscos deixaram de ser puramente externos (situações naturalmente arriscadas) para se converterem em fabricados. Como argumenta Beck (1992 apud GIDDENS, 2016, p. 96) o risco funciona como “tentativas de evitar ou mitigar potenciais perigos, sobretudo os “riscos fabricados” que são produtos da atividade humana”.

As situações de risco as quais se submetem os sujeitos já não são do domínio da natureza, o que aflige o homem contemporâneo são as inquietantes sequelas que os seus feitos trazem para a sociedade e, portanto, para ele mesmo. Nos dias de hoje, o risco abarca centenas de inseguranças que permeiam a sociedade. O universo dos riscos fabricados engloba inúmeras modalidades, nos deteremos aqui ao risco físico, associado a representação de si através de autorretratos em ambientes tidos como perigosos e até de acesso proibido.

Visivelmente, os dispositivos tecnológicos mantêm uma relação direta com os riscos fabricados. Ao falar dessa relação do risco com a tecnologia, Vaz (2006) articula que a conceituação de risco na contemporaneidade não se dissocia das inovações tecnológicas da ciência, sua ligação com a comunicação e, ainda, a relação das duas com a vida cotidiana dos sujeitos. Desse modo, não estamos falando apenas de máquinas interativas que nos garantem a visualização imediata de sujeitos, situações e informações, mas de instauradores de práticas sociais, de mudanças comportamentais que tocam o risco.

Os riscos são corriqueiros, cada passo nos insere em um cenário de dúvidas, não importa onde vivamos. Vale salientar a inseparável parceria do risco com a globalização, e junto dela, os recursos tecnológicos que erguem e movimentam o giro de conteúdos dedicados a infinitos receptores. A incessante proliferação de informações globalizantes reconfigura o pensamento do homem, altera suas percepções e amplia a visão para um foco muito além dos limites geográficos. Há sempre um novo horizonte a ser explorado na web, e os que desafiam a segurança do sujeito, colocando-o em contextos de perigo, ganham destaque no universo virtual.

Um fato que devemos considerar é a aceitação e entusiasmo que o risco oferece, não é difícil imaginarmos os prazeres que algumas práticas carregadas de

risco comportam. “Uma plena aceitação do risco é a própria fonte daquela energia que gera riqueza numa economia moderna” (GIDDENS, 2007, p. 34).

Partindo dessa lógica, como lidar com a forte ameaça de ter um agravamento por inserir-se em uma situação de risco, em meio a tantas oportunidades aventureiras de prazer que o risco suporta? Imagine ter diante dos olhos a conveniência de desfrutar de uma experiência prazerosa, muitos não refletiriam duas vezes, todavia, ao avaliarmos os evidenciáveis prejuízos que essa ação eventualmente possa nos apresentar, o risco desponta como ameaça. Neste sentido, Vaz (2006) afirma que:

A noção de risco quer que um indivíduo que não sofre se arrependa, não depois, mas antes de agir, e isso pela mera possibilidade de vir a sofrer. Há, portanto, uma dupla incerteza ao assediar o agente; de um lado, o sofrimento futuro é meramente possível; de outro, nada garante ao agente no presente que ele terá o mesmo sistema de valor do observador que ele será no futuro; este poderá avaliar que ter evitado tanto as oportunidades de prazer tornou sua vida medíocre (VAZ, 2006, p. 54).

Arrependimentos e sofrimentos unem-se ao risco como um ímã. São incontáveis os resultados contraproducentes que pequenas atitudes do cotidiano trazem. A vida está repleta de riscos e eles controlam e orientam diariamente a existência das pessoas. Se pararmos para pensar, notaremos que a mídia divulga situações ligadas ao risco diariamente, ao lermos uma matéria em um portal de notícias sobre saúde, por exemplo, nos deparamos com apresentação de inúmeros fatores de risco que podem vir a comprometer uma vida regrada e saudável. Perceptivelmente, a conceituação de risco na contemporaneidade não se dissocia das inovações tecnológicas da ciência, sua ligação com a mídia, e ainda, a relação das duas com a vida cotidiana dos sujeitos.

Através da emergência do risco, podemos apreender a invasão do cotidiano pela ciência e pela tecnologia, a articulação nova entre mídia e ciência, e a mídia legitimando-se por ocupar o lugar daquele que na sociedade adverte sobre a existência dos riscos e propõe os meios de contorná-los. Não experimentamos apenas a estetização do cotidiano; experimentamos ainda a cientificização de nossas vidas e mortes (VAZ, 2006, p. 55).

Essa cientificização do cotidiano, referida por Vaz (2006), é percebida através da mídia e suas (re)produções do risco. Tais publicações especificam os fatores de risco associados a práticas sociais, hábitos de vida, predisposições



genéticas, junto a outros elementos indicadores. Contrariamente, a sociedade contemporânea parece estar disposta a enfrentar riscos, por motivações muitas vezes desconhecidas. A respeito disso, amplia-se a discussão da associação do risco aos dispositivos de visibilidade, expressos nesta pesquisa por meio da prática da *selfie* de risco.

### 3.2 SELFIE: O AUTORRETRATO CONTEMPORÂNEO

É certo que o autorretrato não é uma prática dos dias atuais, pois desde a pré-história as diversas formas de representar a si mesmo existem. A história da arte, por sua vez, nos proporciona acompanhar as mais variadas formas representativas do eu através de autorretratos.

Fazendo um retrospecto no histórico do autorretrato e sua raiz formadora das *selfies*, seu notável uso como tecnologia para representação de si ocorreu através da arte. Por volta de 1500 o individualismo raiou com a aparição dos espelhos de vidro de boa qualidade. Como ressalta Sánchez (2014), a singularidade da revolução ensejou a ascensão do autorretrato na Renascença. A viabilização de captar a ilusão ótica de ilustrações tridimensionais, inexistente nas planas obras da arte medieval, expandiu as alternativas de se aventurar na representação visual.

Se o refletido consiste no eu, o espelho é a moldura que engendra o encontro consigo mesmo, e não apenas com uma simples reprodução da imagem do sujeito. O espelho foi assim, umas das tecnologias primárias de visualização, oportunizando observar-se e pintar-se simultaneamente. No período renascentista vigorou a curiosidade de distinguir a personalidade e estilo individual de cada artista, o conduto mais eficiente na construção dessa originalidade foi sem suspeita o autorretrato (SÁNCHEZ, 2014).

Sobre a importância do espelho na história do autorretrato, Sánchez (2014) argumenta que este fez do homem o autor de sua própria imagem. Mais adiante, com a invenção da fotografia, as artes plásticas se desprenderam da fixação pela semelhança. O autorretrato conduziu-se a representatividade peculiar dos sujeitos, uma maneira de projetar subjetividades, não necessariamente fiel à realidade do corpo do indivíduo.

Após tantas revoluções no autorretrato, a câmera fotográfica veio para transfigurar todas as técnicas de representação visual. O hábito de fotografar-se,

amplamente documentado como um dos indicadores principais da fotografia amadora, reconfigurou-se e tomou dimensão de prática cotidiana, uma espécie de fenômeno social.

A fotografia digital, por sua vez, consentiu o nascimento de subjetivas práticas de visibilidade, anteriormente desconhecidas. Conceitos como autoimagem, sociabilidade e cultura da visibilidade, sustentam as redes e suas ferramentas interativas. A imagem logra da velocidade de captura, transmissão e acesso. Surgem então singulares performances na tentativa de representar a si mesmo. A câmera libertou restrições técnicas dos autorretratos pintados, ela impôs vigorosas vicissitudes, que resultam numa reorganização da relação entre olhar, representação e imagem.

A tecnologia conduziu assim, significativas transições no fazer fotográfico. Os dispositivos móveis de interação trouxeram perspectivas mais amplas. A comunicação mediada não mais se reduz a conversações escritas e informações meramente textuais. Os materiais produzidos na internet e para internet são associados a imagens ou expressam suas informações puramente com o emprego delas.

A palavra *self-portrait* (autorretrato em inglês), em sua forma abreviada converteu-se nas popularizadas *selfies*, os autorretratos do século XXI. O termo implica na ação de fotografar-se solitariamente ou em conjunto através de um *smartphone* ou câmera. A finalidade de registrar uma *selfie* é publicá-la nas redes sociais (SÁNCHEZ, 2014).

Nesse contexto, a *selfie* se origina como forma de autorrepresentação na web. A junção do substantivo *self* (o eu, ou a própria pessoa) com sufixo *ie* formam a reinvenção do clássico autorretrato, historicamente originado há pelo menos dois séculos (FERNANDES, 2015).

Já nas pesquisas de Sibilía (2015) sobre representação e performance na web, menciona o fenômeno da *selfie* e sua explosão em 2013. Notoriamente, os autorretratos passaram a compor grande parcela dos conteúdos postados pelos sujeitos em suas redes sociais. A autora explica que a palavra, antes impopular, saiu da categoria dos neologismos desconhecidos para tornar-se a palavra do ano em 2013:

O termo *selfie* passou de ser um neologismo desconhecido para se converter na “palavra do ano” em 2013, segundo o prestigiado dicionário Oxford, e hoje os autorretratos invadem as telas enredadas pelo mundo afora, sempre à caça da maior quantidade possíveis de ‘curtidas’ por parte dos cobiçados seguidores ou fãs (SIBILIA, 2015, p. 356).

Os precursores autorretratos clássicos e as contemporâneas *selfies* possuem o mesmo desígnio de representação do eu, porém, se formos pontuar algumas diferenças, a principal está contida no ato do registro, afinal, atualmente qualquer sujeito pode ter um dispositivo móvel em mãos e capturar a própria imagem, o que anteriormente seria impossível, tanto pela limitação dos aparelhos fotográficos e a tecnologia que os imperam, como pelo fato de poucos dominarem a técnica da pintura.

Outro ponto imprescindível, que separa incontestavelmente a acelerada produção de *selfies* dos elaborados autorretratos do passado, é a ampla visualização que os primeiros podem contrair, pois as *selfies* migram da esfera privada para a esfera pública, possibilitando assim uma exibição em caráter global. A intimidade descola-se em um percurso irreversível de declínio (ABDALA, 2014).

Assim como os autorretratos artísticos antecedem e possuem considerável grau de importância para o fenômeno contemporâneo da *selfie*, esta, por conseguinte, ergueu-se com o auxílio de recursos de interação virtual e seus mecanismos, propícios para conversação e distribuição de informações online. Desta forma, a tecnologia funciona como o núcleo que magnetiza todo o processo, apesar disso, não independe dos usos que os sujeitos dela fazem (SÁNCHEZ, 2014).

Utilizando da tecnologia como ferramenta de representação de si, os autorretratos são capazes de proporcionar uma autoanálise do sujeito, uma espécie de descoberta do eu. Ao mergulhar naquilo que sua representação comporta, os sujeitos descobrem mais de si e podem tomar conhecimento da composição da imagem que os outros têm da sua personalidade. Por intermédio das *selfies*, os internautas revelam ao mundo e a si características julgadas admiráveis na construção de sua personalidade (SOARES, 2014).

Sem dúvida, a forte visibilidade das redes sociais permite que indivíduos, mesmo sem dispor de considerável estrutura midiática, atinjam a atenção de uma significativa audiência, além de estabelecer laços conversacionais com ela (PRIMO,

2009). Seguindo o raciocínio de Primo (2009) e utilizando as palavras de Cruz e Araújo (2012), podemos dizer que essas redes e as imagens por elas veiculadas, replicadas e arquivadas são “importantes instrumentos de comunicação, de registro do cotidiano, de visualização da existência e de construção identitária” (CRUZ; ARAÚJO, 2012, p. 112).

Ao construir essa existência identitária através de *selfies*, o usuário arquiteta seu espaço na rede, no qual vida e produção se mesclam. As redes são feitas para produzir e dessa forma, replicam a vida dos sujeitos nelas envolvidos, afinal de contas, o conjunto de conteúdos gerados nos ambientes virtuais é proveniente da própria vida dos indivíduos.

### 3.3 SELFIE DE RISCO: PERFORMANCE ARRISCADA DOS SUJEITOS NA WEB

O termo *selfie* de risco remete a prática de registrar autorretratos em situações ou cenários arriscados. A prática, apesar de recente, vem recebendo relevante visibilidade midiática devido aos acidentes que a tentativa do registro pode causar, afinal, os sujeitos se enquadram em ambientes de alto risco a fim de capturar o autorretrato. As *selfies* de risco passaram a ser noticiadas em portais de notícia de diversas partes do mundo. Uma série de casos foram pautados e os números chegam a assustar.

De acordo com matéria postada pela BBC Brasil em novembro de 2016, baseada em estudo realizado por estudantes da universidade de Carnegie Mellon em Pittsburgh, nos Estados Unidos, e pelo doutorando Hemank Lamba, é expressivo o número de pessoas mortas no mundo no instante em que tentavam registrar uma *selfie* de risco. Desde a aparição do primeiro caso de óbito associado a captura de um autorretrato de risco, em março de 2014, foram contabilizadas 127 mortes consequentes da tentativa de registrar uma *selfie* em situação de risco<sup>5</sup>.

Se partirmos para a realidade emergente das *selfies* de risco, constataremos a vigorosa espetacularização de seus protagonistas. “A *selfie* não é apenas um tipo de imagem, mas também, e principalmente, uma nova prática, um fenômeno global que emerge da relação entre a fotografia e o *smartphone*” (PASTOR, 2017, p. 3).

---

<sup>5</sup> Fonte: <<http://www.bbc.com/portuguese/geral-38021924>>. Acesso em: 10/02/2017.

Pastor (2017) salienta que a prática da *selfie* emerge da associação entre as tecnologias digitais e as experiências de fotografia cotidiana. “Mais do que referência à imagem em si, o termo *selfie* acaba por nomear uma prática de rápida ascensão, fazendo surgir um tipo de fotografia bastante popular, diariamente produzida e compartilhada” (PASTOR, 2017, p. 3). A transformação da vida em imagens, junto ao risco que os corpos enfrentam a fim da captura da *selfie*, reverberam características da sociedade do espetáculo (DEBORD, 2005) na qual “o corpo foi condenado a virar – ele também – uma imagem” (SIBILIA, 2013, p. 130).

Na contemporaneidade, mais do que nunca, o anseio pela visibilidade tende a formar sujeitos cada vez mais representativos e performáticos. Através dessa dimensão representacional e performativa que as *selfies* comportam, é possível performar a vida. Decerto, as *selfies* não apenas representam ou figuram situações do cotidiano, elas podem construir e até mesmo inventar formas de vida.

No processo performático o vivido e o imaginado se misturam de maneira homogênea. Nas observações de Brasil (2011) as performances dos atores e personagens permanecem simultaneamente no mundo vivido e imaginado, elas são ao mesmo tempo, vida e imagem. O autor acrescenta: “No âmbito de nossa discussão, diríamos que a performance se encontra exatamente na passagem entre as formas de vida e as formas da imagem, entre o vivido e o imaginado” (BRASIL, 2011, p. 6).

Tendo em vista a vasta competência performática que os autorretratos demonstram, utilizá-los como forma de expressão e representação de si não é uma prática puramente contemporânea. Os pioneiros do autorretrato fotográfico viram a capacidade “de mostrar ao mundo e a si mesmos – características consideradas importantes da sua própria personalidade” (SOARES, 2014, p. 184).

Tais capacidades, atualmente expandidas com proliferação de câmeras e dispositivos de tela, sempre disponíveis para visualizar e ser visto, viabilizam a representação e servem para visibilizar a própria performance. Performar, neste caso, através de *selfies*, é projetar-se de forma atrativa para um público potencialmente infinito (SIBILIA, 2015).

As *selfies* implicam em modos de manifestar e representar o eu dos sujeitos, porém, não podemos afirmar que estas sejam apenas representações, uma vez que são, também, dotadas de performances. De acordo com Brasil (2011) há existência de uma situação na qual não somente se exhibe a imagem dos indivíduos, nela

também se concretizam processos de subjetivação. Essa subjetivação ganha vida à medida que se mostra e aparece, que se performa. O ato de torna-se visível é fruto dessa dimensão performativa, na qual cria-se a si próprio através de um corpo exposto.

Não se trata de simulação, de encenar ser alguém de mentira, e muito menos de atribuir para si uma máscara, “o que de fato ocorre nesses atos é a invenção de um corpo e uma subjetividade reais” (SIBILIA, 2015, p. 358-359). Acionando a citação de Sibilia (2015) ao fenômeno das *selfies*, somos levados a entender que as performances presentes nos autorretratos adquirem valor a partir do momento que são visualizadas.

Nesse sentido, Brasil (2011, p. 10) observa que “o critério valorativo de uma performance não passa mais pela verdade – sua adequação ao mundo de referência ou sua ‘autenticidade’ –, mas “pela efetividade de sua operação, por sua produtividade, por sua eficácia”. O personagem, ou seja, aquele que performa, seja real ou ficcional, necessita estar sempre em posição visivelmente favorável. Sua existência depende da observação pública. “Somente se performa para o olhar alheio” (SIBILIA, 2015, p. 359).

Se o cobiçado olhar alheio não mirar a performance apresentada, esta simplesmente não existe. Em síntese, uma performance passa a existir se atingir o olhar do outro. Nas palavras de Sibilia (2015), há uma busca constante por partes dos sujeitos para que suas performances vitais sejam visíveis, uma luta para se sobressair na competitiva sociedade das aparências. Nesse momento de efervescência, as práticas de exposição de si na web, como as *selfies*, demandam olhares alheios.

Esses olhares, para Bruno (2004), mais do que um dado público, passaram a ser uma conquista individual. Assim, almeja-se o reconhecimento público a partir da representação performática de acontecimentos particulares. Atualmente, convivemos com uma cultura destinada ao visível, que instiga os sujeitos a incansável busca pela espetacularização de si, na qual ser celebridade está no topo da lista das ambições subjetivas. “Já não basta ser alguém ou fazer algo. Além disso, o tempo todo, é preciso performar: mostrar-se fazendo o que for e sendo alguém” (SIBILIA, 2015, p. 358).

Existe, dessa maneira, um modo performático de ser e permanecer no mundo, no qual, o que se é, deve ser visualizado, levando em consideração que

cada um é aquilo que mostra de si mesmo. A grande aspiração contemporânea parece consistir em protagonizar a vida em performances, aqui associadas a prática das *selfies*. Através dessas narrativas visuais de si, os sujeitos procuram a todo custo transformar seu eu num show para poder ser alguém (SIBILIA, 2015).

Ao almejar converter sua vida em um show, os usuários de redes sociais, como o *Instagram*, procuram atrativas e inovadoras artimanhas para o alcance da tão desejada visibilidade. Autorretratos com famosos, em ambientes luxuosos e cenários paradisíacos, são vistos como fortes instrumentos para o alcance de curtidas. Entretanto, em meio a farta demanda de imagens do gênero, que chega a saturar as telas dos dispositivos, os adeptos das *selfies* encontraram uma maneira de usar o risco, a fim de cativar olhares alheios. Nesse contexto, a prática da *selfie* arriscada surge, e com ela, notamos as constantes mutações que o risco vem sofrendo ao longo dos séculos.

O aspecto espetacular que a *selfie* de risco carrega é incorporado de forma positiva aos processos de visibilidade na web, nos quais os sujeitos procuram adquirir reconhecimento a todo custo, mesmo que este coloque sua própria vida em perigo. São exemplos de *selfies* de risco: autorretratos com animais selvagens, à beira de terraços e abismos, *selfies* portando armas de fogo, etc.

No contexto da *selfie* de risco, o mais importante não é a imagem do indivíduo presente na performance, e sim, o cenário e a adrenalina que a fotografia dissemina, diz matéria publicada na página do jornal *El País Brasil* em agosto de 2015<sup>6</sup>. Na mesma publicação do periódico, encontramos um alerta do ministério do interior da Rússia, que chegou a lançar campanha em 2015 com a finalidade de evitar possíveis acidentes decorrentes de tentativas de registrar *selfies* em situações de risco. Ressalta-se que experiências com autorretratos arriscados foram responsáveis pela morte de dez pessoas e mais de cem feridos na Rússia até agosto do mesmo ano. Os riscos encarados para se fazer uma *selfie*, de fato, têm chamado a atenção de pesquisadores. O que leva uma pessoa a arriscar a própria vida para transformar um de seus autorretratos em viral? De acordo com a matéria do *El País*, já citada, a *selfie* de risco tende a ser atrativamente espetacularosa, ela não só permite chamar a atenção de amigos e atingir curtidas, por intermédio dela,

---

<sup>6</sup> Fonte: <[http://brasil.elpais.com/brasil/2015/08/05/tecnologia/1438775393\\_590130.html](http://brasil.elpais.com/brasil/2015/08/05/tecnologia/1438775393_590130.html)>. Acesso em: 22/10/16.

sujeitos encontram a oportunidade de construírem carreiras na internet. Não é por menos que os famosos e os não tão famosos, transformam o corriqueiro em algo extraordinário. Segundo reportagem do mesmo jornal, postada em fevereiro deste ano, todos os dias são colocadas no *Instagram* 80 milhões de fotografias dos mais diferenciados tipos<sup>7</sup>. A visibilidade midiática já não é mérito apenas das celebridades e os adeptos da prática da *selfie* de risco, certamente, desfrutam dessa realidade.

Para entendermos como se processa o espetáculo nas *selfies* de risco, partiremos das reflexões de Debord sobre a sociedade do espetáculo. Nas palavras do autor, vivemos em uma sociedade espetacular, saturada por imagens, onde “tudo o que era diretamente vivido se afastou numa representação” (DEBORD, 2005, p. 8). A representação referida por Debord se dá por meio de imagens, é através dessa representação que o espetáculo brota e ganha vida.

Contudo, seria errôneo restringir o espetáculo a um apanhado de imagens representativas. “O espetáculo não é um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas, mediatizada por imagens” (DEBORD, 2005, p. 9). Sendo o espetáculo construído através dessa relação mediatizada por imagens, as *selfies* de risco tornam-se espetaculosas por conta da visibilidade interativa estabelecida pelas mídias que as comportam. Portanto, não haveria espetáculo sem a recepção desses materiais, como articula o autor, o corolário do espetáculo se processa na efetivação do seu consumo.

Ao falarmos em espetáculo e das produções a ele associadas, voltamos a pauta das *selfies* de risco. Nesses autorretratos, os sujeitos enquadrados em ambientes perigosos se emolduram no risco na tentativa de atingir glória com suas fotografias. Glória esta, representada pelo elevado número de curtidas e comentários a respeito da *selfie* publicada. Debord (2005), ao defender que o espetáculo expressa a deterioração do mundo real em mera imagem não estava errado, pois o espetáculo se alimenta das representações visuais. Nos dias de hoje, a imagem logra de uma atenção globalizante. A internet e as redes por ela sustentadas enriqueceram a cultura da visibilidade, da espetacularização do eu e da vida.

As performances de risco presentes em autorretratos compõem espetáculos, aplicados como fortes instrumentos de sociabilidade e visibilidade, de fato, o

---

<sup>7</sup> Fonte: <[http://brasil.elpais.com/brasil/2017/02/03/cultura/1486128718\\_178172.html](http://brasil.elpais.com/brasil/2017/02/03/cultura/1486128718_178172.html)>. Acesso em: 04/02/2017.



espetáculo possui o poder de ofuscar qualquer outra fala, sendo assim, capaz de bani-la. Por conseguinte, visando essa arriscada espetacularização representativa do eu, os sujeitos camuflam as possíveis consequências negativas que a tentativa do registro da *selfie* pode causar. Para Vaz (2006), a concretização dos prazeres do aqui e agora podem comprometer a sequencialidade desses mesmos deleites. Então, como proceder diante de situações instigantes, porém arriscadas? O desejável é não apagar por completo as sequelas que os arriscados momentos venham a ocasionar. Contrariamente, preocupar-se apenas com o risco é deixar de lado os anseios de lucrar satisfatórios instantes de exultação. Mirando esses estimulantes instantes, os indivíduos veem no corpo um campo a ser explorado, um trilha para provocar sensações.

Quando falamos em *selfies* de risco e da exposição perigosa dos sujeitos nelas envolvidos, essas sensações são refletidas através do reconhecimento por parte do outro, visto que um autorretrato desse tipo raramente não será descarregado e publicado na internet. A propagação dessas imagens possibilita a vivacidade da prática, bem como, a visibilidade daqueles que se arriscam.

## 4 A VISIBILIDADE MIDIÁTICA DAS *SELFIES* DE RISCO

### 4.1 *SELFIES* DE RISCO VIRALIZADAS NA WEB EM 2015

Nos capítulos anteriores tratamos do conceito de risco e suas evoluções, para sequencialmente entendemos as apropriações que este vem adquirindo ao unir-se com a visibilidade midiática que as imagens tipo *selfie* desfrutam. A visibilidade midiática das *selfies* de risco é um assunto ainda embrionário nos estudos da comunicação, entretanto, o surgimento de casos fatais relacionados ao registro de *selfies* de risco e a viralização desse tipo de autorretrato vêm mudando esse cenário, decerto, desfrutar de visibilidade já não é mérito apenas das figuras públicas, haja vista que “a façanha de despertar curiosidade em outros indivíduos não se limita mais apenas às celebridades” (GUIMARÃES, 2011, p. 116).

“Os espaços midiáticos, sejam eles meios de comunicação massivos ou até mesmo os blogs pessoais, passaram a ter papel importante no movimento de buscar por visibilidade” (SGORLA, 2010, p. 1). Para Sgorla (2010) essa visibilidade que percorre os espaços midiáticos e os habitam é classificada como visibilidade midiática. A quantidade de conteúdos providos de visibilidade midiática que viralizam na internet diariamente é surpreendente. Mas afinal, o que é conteúdo viral? Compreende-se como materiais virais, ou simplesmente virais, todo conteúdo propagado na internet e para ela destinado. “Apesar de todo material ser plausível de “viralização”, é possível notar, numa análise de suas composições, certas normatividades e regularidades que delimitam os tipos de conteúdo mais propensos a se tornarem virais” (ROSSINI, 2014, p. 8).

Diversas artimanhas de fazer-se visível são postas em prática quando o assunto é visibilidade midiática. Diante das transmutações ocorridas nas possibilidades de representação de si e dos fenômenos que as formas simbólicas *selfies* de risco e seus significados tendem a assumir nas relações sociais, a Hermenêutica de Profundidade (HP) assume o papel analítico de compreender a visibilidade midiática que as *selfies* de risco podem impetrar e de que maneira a prática tende a reorganizar as subjetividades contemporâneas.

Partindo dos métodos de análise da HP, separamos, por ano, as *selfies* de risco viralizadas nas contas @angela\_nikolau e @beerkus no *Instagram*, bem como, os casos de morte ocorridos durante o experimento de captura de *selfie* de risco. Visando a análise sócio-histórica e discursiva das formas simbólicas *selfies* de risco,

observemos abaixo, a *selfie* de risco viralizada de Ângela Nikolau, publicada em sua conta no *Instagram* em 2015.

**Figura 1:** Selfie de risco Ângela Nikolau 2015



Fonte: Instagram (Abril de 2018)

A figura 1, *selfie* publicada por Ângela Nikolau em agosto de 2015, ilustra os primeiros passos da prática da *selfie* de risco. A estrela russa do *Instagram* tem escalado os mais altos edifícios do mundo para capturar as *selfies* mais perigosas<sup>8</sup>. Ângela prega o lema da busca pelo extremo, desafiando o medo e enfrentando aos riscos. A exploradora urbana, como se autointitula, é referência quando o assunto é *selfie* de risco. Relembrando que a *selfie* adquiriu popularidade mundial em 2013, por volta de 2015 os primeiros registros de *selfies* de risco lograram de visibilidade, não que a prática não existisse antes do fenômeno da *selfie*, mas a partir dele, a exibição arriscada de si tornou-se reconhecida e propagada na rede através de publicações como a que observamos na figura 1.

<sup>8</sup> Fonte: <<https://indianexpress.com/article/trending/viral-videos-trending/russian-couple-angela-nikolau-ivan-beerkus-hong-kong-highest-crane-videos-photos-4901395/>>. Acesso em: 15 jan 2018.

A *selfie* em questão atingiu 6.392 curtidas no *Instagram* e, certamente, no período em que o autorretrato foi publicado, o perfil não dispunha de tantos seguidores como quando do nosso último acesso, concretizado em 3 de julho de 2018, totalizando exatamente 546 mil seguidores. Esta afirmação torna-se válida, pois, durante as pesquisas feitas no primeiro semestre de 2017, o perfil referenciado possuía, em 2016, cerca de 226 mil seguidores<sup>9</sup>, um ano após a postagem da referida *selfie* de risco. Um ponto relevante, decorrente do aumento do número de seguidores, é, sem dúvida, o crescimento, também, da quantidade de curtidas ganhas pela *selfie* de risco com o passar dos anos, afinal, quanto mais seguido, mais visto, e assim, possivelmente capacitado a receber mais *likes*.

**Figura 2:** *Selfie* de risco Beerkus 2015



Fonte: Instagram (2018)

Na tentativa de analisarmos o contexto sócio-histórico de produção das *selfies* de risco, destinamos o nosso olhar a *selfie* disposta na imagem de número 2, protagonizada por Ivan Beerkus, jovem fotógrafo russo e explorador urbano.

<sup>9</sup> Fonte: <<https://www.tudocelular.com/curiosidade/noticias/n77202/angela-nikolau-selfies-altas.html>>. Acesso em: 12/03/2017.

Capturada também em 2015, a *selfie* de risco conquistou 19.571 curtidas, surpreendentemente, um número bem maior de curtidas, se formos comparar com a imagem 1, publicada por Ângela no mesmo ano. É válido mencionar que, o número de seguidores da usuária Ângela no *Instaram* chega a atingir o dobro do número de seguidores de Ivan no mesmo aplicativo.

Ao comparar as duas *selfies* de risco apresentadas, há, de fato, algo que realmente nos interessa, afinal, os dois autorretratos partilham do mesmo contexto de produção, os mecanismos de captura e a mobilidade dos meios de divulgação já se faziam presentes, mas, o que pode ter alavancado mais curtidas para a *selfie* de risco postada por Beerkus?

Pensando em questões como essas, prosseguimos a análise sócio-histórica das *selfies* de risco demonstradas nas figuras 1 e 2. Ao tomar conhecimento do contexto de produção e circulação das *selfies* de risco, notamos, de imediato, a localização geográfica da *selfie* de risco 2, e a não marcação de localização da *selfie* 1. A hermenêutica nos cede categorias que auxiliam na interpretação das formas simbólicas, e as situações espaço temporais são extremamente valiosas durante a análise.

A figura 1 não apresenta localização definida, já a figura 2, por sua vez, exhibe a localização espaço-temporal em que a imagem foi registrada através da legenda, na qual o usuário diz estar em Hong Kong. A descrição do espaço geográfico, neste caso, uma das maiores regiões administrativas da China, reconhecida mundialmente pelo seu horizonte repleto de arranha-céus, pode estar associada a visibilidade conquistada pela *selfie* de risco, confirmada por meio dos *likes* alcançados, perceptivelmente superior aos adquiridos pela figura 1.

Neste sentido, é inevitável refletir que a localização em que a *selfie* de risco é capturada, pode vir a interferir na repercussão que esta imagem pode lograr. Verdadeiramente, alguns países, cidades e monumentos, fortemente midiaticizados, passam a ser destinos de desejo para muitos sujeitos. Essa tendência ao consumo pode ser um dos fatores que também alimentam a visibilidade figura 2, considerando a menor repercussão da figura 1, postada sem definição de localização.

Além da localização geográfica, o contexto de produção está ligado aos meios técnicos de formulação e divulgação das formas simbólicas, que nem precisamos dizer, desvenda detalhes de como as *selfies* de risco foram capturadas, sem contar nos aspectos subjetivos que os meios técnicos e seus empregos

possibilitam as relações sociais contemporâneas. Decerto, as relações sociais e a transmissão das formas simbólicas *selfie* de risco são intercambiadas por sujeitos e implicam em certos meios técnicos, responsáveis pela circulação dessas imagens.

Nas palavras de Thompson (2011), os meios técnicos funcionam como substratos materiais, em que, e por meio dos quais, formas simbólicas são arquitetadas e difundidas. Os meios técnicos possibilitam as *selfies* de risco determinadas características, como reprodutibilidade e a possível participação dos sujeitos que as visualizam. Essa última característica supõe certas habilidades, regras e recursos, o que depende da capacitação do sujeito em operar o dispositivo (*smartphone*, *tablet*, computador) e das regulações próprias das ferramentas responsáveis pela circulação desses conteúdos.

Não por acaso, as duas *selfies* dispostas nas figuras 1 e 2 foram registradas por câmeras digitais de alta capacidade, garantindo a qualidade das imagens, no entanto, não há como afirmar se a captura das imagens foi feita pelas lentes de uma câmera de *smartphone* na função frontal, ou não.

Levando em conta a amplitude dos registros, conseguida pelo uso do pau de *selfie*, acessório fotográfico que acoplado a câmera ou *smartphone* auxilia na captura de autorretratos, estendendo os limites que os braços do fotógrafo podem alcançar. O uso do pau de *selfie* possibilita a visualização dos protagonistas em um plano geral, no qual o cenário não é apenas coadjuvante, mas sim, elemento crucial na composição total da *selfie* de risco.

O emprego do pau de *selfie* nas duas imagens é notório, mas há uma minúcia que não é menos importante, o uso da *hashtag* #gopro na *selfie* de risco 2. Ao utilizar o símbolo # (jogo da velha ou cerquilha) antes de uma palavra, criam-se *hiperlinks*, que trabalham como agregadores de conteúdo, assim sendo, as imagens e vídeos publicados no *Instagram*, associam-se a outras formas simbólicas, que são também publicadas no aplicativo com a mesma *hashtag* na legenda.

Ao postar a *selfie* de risco com a *hashtag* #gopro (figura 2), o usuário Ivan criou um hiperlink. Ao clicar neste link, os portadores de conta no aplicativo *Instagram*, passam a ter acesso a outras mídias (imagens e vídeos) que possuem a mesma marcação e foram inseridas na ferramenta em modo público. A *hashtag* usada por Ivan revela mais do que imaginamos, pois, GoPro trata-se de uma empresa de naturalidade americana, produtora de ferramentas tecnológicas de captura de imagens e vídeos. Suas câmeras de alta definição e seus acessórios, a

exemplo do pau de *selfie*, são destinados a praticantes de esporte radicais e por eles bastante cobiçados.

Essas informações alicerçam a ideia de que o emprego da referida *hashtag* não foi casual, mas possivelmente pensado como tática de visibilidade, uma forma estratégica de publicidade e divulgação da eficácia do equipamento fotográfico na captura de *selfies* de risco. Como pontuado anteriormente, o uso das *hashtags* tende a favorecer a visibilidade dos materiais que circulam em aplicativos como o *Instagram*. Ao associar conteúdos semelhantes, as *hashtags* agrupam uma vasta gama de materiais, encontrados por meio dos filtros de busca do aplicativo. Então, ao digitar na barra de pesquisa do *Instagram* a *hashtag* #gopro, nos deparamos com uma extensa quantidade de imagens associadas a essa legenda. Caberia deduzir que, esse recurso obra a favor da visibilidade, pois, em se tratando de contas abertas, tidas como públicas, como os perfis aqui apresentados, qualquer membro do *Instagram* é capaz de encontrar e visualizar a *selfie* de risco (imagem 2) através de buscas no aplicativo, favorecendo, dessa maneira o acúmulo de curtidas a imagem.

Os meios técnicos de produção incluem as ferramentas de captura, seus acessórios, as situações espaço temporais (localização geográfica e data da publicação), além dos campos de interação. Na Hermenêutica de Profundidade, os campos de interação são pontos analíticos estimados durante a análise sócio-histórica. É sensato assegurar que “as formas simbólicas estão especificadamente situadas dentro de certos campos de interação” (THOMPSON, 2011, p. 366). Os campos de interação compreendem os locais específicos em que as formas simbólicas se difundem, operando por intermédio de conjunto de trajetórias que determinam relações sociais.

No que se refere aos campos de interação das *selfies* de risco 1 e 2, nota-se que o campo de interação principal é o aplicativo *Instagram*. De acordo com a central de ajuda do aplicativo *Instagram*<sup>10</sup>, para dele fazer parte, além de instalá-lo no dispositivo móvel, é preciso criar uma conta de usuário. Para isso, deve-se deixar registrado, obrigatoriamente, nome, e-mail e, claro, um nome de usuário, que deve ser único. Feito isso, o usuário se torna um *Instagrammer* (usuário do Instagram)

---

<sup>10</sup> Disponível em: <<https://help.instagram.com/>>. Acesso em: 14 jun 2016.



tornando-se capacitado a seguir outros usuários, enviar, “curtir” e comentar fotos e vídeos no aplicativo.

Tendo o *Instagram* como campo de interação das *selfies* de risco (imagens 1 e 2), notam-se as constantes transmutações que o contexto de produção das formas simbólicas enfrenta. Ao partilhar suas *selfies* de risco no aplicativo, os usuários @angela\_nikolau e @beerkus constroem um novo campo de interação, um espaço propício a exposição de opiniões e conhecimentos, repassados também por links, que levam a outros espaços, ou seja, a outros campos de interação espalhados na rede.

As inquietantes modificações nos campos de interação contemporâneos não se resumem a amplitude dos espaços de interação e muito menos a capacidade de propagação das formas simbólicas, mas, aos efeitos que essas formas simbólicas, arranjadas nesses espaços, podem trazer a formação de subjetividades.

As *selfies* de risco (imagens 1 e 2), publicadas em 2015, por @angela\_nikolau e @beerkus, brotaram em um contexto favorável a viralização, no qual a expansão dos meios de comunicação audiovisuais e a consolidação de hábitos de vida ligados ao visível já se mostravam instaurados. Se presenciemos uma exacerbação do universo imagético, neste universo, modos de produção de subjetividades são desenvolvidos e reconfigurados (SIBILIA, 2013). Neste sentido, as *selfies* de risco apresentadas nesta análise, por serem frutíferas desse universo imagético e nele habitar, são capazes de estimular a própria construção de si como imagem. Perceptivelmente, a prática da *selfie* de risco não se distancia dos processos de subjetivação contemporâneos, muitas vezes representados em forma de perfis online em perpétua atualização.

Os laços que unem o risco a visibilidade se estreitam no contexto da prática da *selfie* de risco, ora, em um universo no qual a imagem é cultuada, fotografias que causam impacto tendem a conquistar mais olhares. As *selfies* de risco postadas por Ângela Nikolau e Ivan Beerkus no ano de 2015, são exemplos, ainda latentes, das transformações ocorridas no cuidado de si, afinal, o risco sempre foi tido como algo a ser impedido, evitado. Ao encontro do que diz Paulo Vaz (2005).

O conceito de risco predomina numa sociedade hedonista onde há uma margem de autonomia individual em relação à escolha de estilos de vida. Reduzida a pressão homogeneizadora, é o risco que



vai definir a margem exterior do aceitável, considerando o desejo dos indivíduos de continuar a viver (VAZ, 2005, p. 9).

Para este autor, o escape dos riscos requer que os sujeitos sejam prudentes e responsáveis em suas escolhas, há, desse modo, uma coação de comportamentos, argumentados através dos fatores de risco publicados pela mídia. Os fatores de risco alertam os sujeitos dos perigos que determinada prática social ou hábito pode trazer aos sujeitos, propagando a segurança e a longevidade através da adoção de costumes saudáveis. Embora a mídia pregue o discurso das ameaças e consequências que o arriscar-se pode causar, “os indivíduos demandam o direito de escolher os riscos que desejam correr. Há indignação se são obrigados a correr um risco que não escolheram – e do qual não retiram nenhum prazer” (VAZ, 2005, p. 9).

Enquanto alguns fogem das ameaças que o risco empreita, outros o incorporam como aliado na representação de si por meio da *selfies* de risco. Essa aliança, porém, ao pontuar a representação dos sujeitos, indiscutivelmente está ligada as mudanças no cuidado de si, historicamente associadas a visibilidade e a produção de subjetividades. A medida que os dispositivos de visibilidade se desenvolvem, paralelamente a esse desenvolvimento, subjetividades são alteradas. “No deslocamento das inquietações e investimentos, na gênese de nossa forma de cuidado de si, emerge a produção de subjetividade contemporânea” (VAZ, 2006, p.39).

A produção de subjetividades e o cuidado de si sempre estiveram associados as questões de visibilidade, contudo, diante do contexto de conectividade, acesso a *smartphones* e outros aparelhos de tela, as subjetividades contemporâneas tornaram-se exteriorizadas, destinadas aos incontáveis olhares que transitam na rede. Essa tendência a visibilidade midiática, característica marcante das *selfies* de risco não torna as subjetividades exteriorizadas menos autênticas. Podemos assim dizer que as *selfies* de risco protagonizadas por Ângela Nikolau e Ivan Beerkus compõem uma representação exteriorizada da subjetividade desses atores.

Bruno (2013) ao pesquisar sobre subjetividade e a sua ligação com os dispositivos de visibilidade, atenta para o fato de que, nas práticas contemporâneas de exibição do eu, como a prática da *selfie* de risco, a autenticidade parece estar menos vinculada ao recôndito, ao escondido, do que ao visível. “É na sua face

visível que a subjetividade encontra-se maximamente investida, esteja esta face no comportamento, no corpo, ou na tela” (BRUNO, 2013, p. 71).

Como se pode constatar, a era do visível, ou seria, esse novo campo da visibilidade, no qual as *selfies* de risco fazem parte, coincide não somente com uma forma peculiar de espetáculo, mas também, com uma produção diferenciada de subjetividade. Anteriormente, procurávamos uma visibilidade interiorizada, as subjetividades se instauravam a partir da autovigilância, atualmente, parece estar se construindo uma subjetividade exteriorizada, em que as esferas do cuidado e controle de si se fazem na exposição pública, no alcance do olhar escrutínio do outro (BRUNO, 2013).

Para sintetizar a análise sócio-histórica, realizamos o exame as imagens de *selfies* de risco viralizadas pelos membros do *Instagram* @angela\_nikolau e @beerkus em 2015, especificando seus contextos de produção e circulação, os meios técnicos empregados na captura e publicação dessas imagens, além de desvendarmos o campo de interação em que elas se desenvolvem e se propagam.

Adotando os passos da Hermenêutica de Profundidade, partimos agora para a análise discursiva das *selfies* de risco já dispostas (figuras 1 e 2). A análise discursiva pode compreender a conversação, a narrativa e até os elementos semióticos da forma simbólica, porém, empregamos aqui a análise do discurso da narrativa, ou seja, do texto das legendas usadas pelos adeptos da prática da *selfie* de risco nas referidas publicações.

Durante a análise sócio-histórica iniciamos a observação da legenda usada pelo usuário @beerkus na publicação da *selfie* de risco da figura 2, na qual refletimos sobre as possíveis motivações e implicações do emprego da *hashtag* #gopro na postagem. Isso ocorre, pois, as etapas metodológicas da Hermenêutica de Profundidade tendem a mesclar-se no decorrer das investigações, uma revelação contextual cede informações sobre o discurso e vice e versa.

Na figura 1, Ângela Nikolau fotografa-se sozinha, no topo de uma torre, segurando a câmera/ou *smartphone* com a mão direita, auxiliada por um pau de *selfie*, enquanto a sustentação do seu corpo é garantida pela mão esquerda apoiada a torre. A expressão de Ângela Nikolau não chega a demonstrar medo ou ansiedade, contudo, a fotógrafa posa lateralmente, com semblante sério, destinando o seu olhar para a lente da câmera. Já mencionamos a ausência de localização geográfica nesta *selfie*, porém, ao olharmos mais atentamente a imagem, notamos a

existência de uma bandeira presa a torre, trata-se da bandeira da Rússia, o que nos faz pensar que a *selfie* de risco em questão foi capturada no país.

Os dizeres em russo: “*Бц Преображенский*” dispostos na legenda também podem ser vistos como indicadores geográficos, pois, em sua maioria, as *selfies* de risco postadas por Ângela Nikolau e Ivan Beerkus possuem legendas em inglês. Ao usar os termos “*Бц Преображенский*” em forma de *hashtag* e pesquisando no *Instagram*, encontramos resultados consideráveis de imagens de outros sujeitos capturadas em diferentes espaços da Rússia, entretanto, a tentativa de tradução do texto em russo não obteve sucesso no Google tradutor, pois os resultados mostraram-se confusos, dando margem a possíveis interpretações equivocadas. Devido a fragilidade específica desta tradução, nos detemos as *hashtags* atribuídas a *selfie* de risco 1.

Seguindo a análise discursiva das *selfies* de risco, notamos o forte emprego de *hashtags* na composição da legenda das imagens. Na *selfie* de risco postada por @angela\_nikolau, a *hashtag* #selfie se faz presente, identificando o tipo de fotografia, nesse caso, um autorretrato. O uso das *hashtags* #roof #roof\_top na legenda, que significam, respectivamente, telhado ou topo do telhado, remetem a elevada altura em que a *selfie* foi capturada, conseqüentemente, aos perigos enfrentados durante o registro da mesma. De acordo com as matérias aqui já referenciadas, os exploradores urbanos russos, Ângela Nikolau e Ivan Beerkus, não utilizam qualquer equipamento de segurança durante a captura das suas *selfies* de risco.

Devemos atentar ainda para outro aspecto importante da legenda: o idioma das *hashtags*. Ao optar por uma legenda com *hashtags* em inglês, por se tratar de um idioma universalmente reconhecido, o discurso agregado às *selfies* tende a ser compreendido por um úmero maior de usuários do aplicativo *Instagram*. A realidade seria diferenciada se os elementos textuais da postagem das *selfies* de risco fossem escritos estritamente em russo, por exemplo.

Algo nos leva a cogitar que as *selfies* de risco expostas foram estrategicamente articuladas antes da concretização da captura. Seguramente, os protagonistas das imagens tiveram uma preparação prévia, mesmo que mínima: o reconhecimento do lugar, a viagem ou locomoção necessária ao acesso do ponto escolhido, a altura a ser escalada, as possibilidades, facilidades e perigos que esta escalada pode trazer e os meios técnicos de captura. Essas informações fazem toda

diferença no registro de uma *selfie* de risco, afinal, mesmo sem o emprego de equipamentos de segurança, ao obter o conhecimento prévio das condições de captura em determinada altura, os adeptos da prática da *selfie* de risco tendem a evitar surpresas desagradáveis.

A visibilidade que as *selfies* de risco (imagens 1 e 2) receberam e podem receber, pois ainda estão disponíveis para visualização no aplicativo *Instagram*, também está relacionada a preparação e escolha estratégica dos locais em que a fotografia é retirada. Feitas em uma torre de altura considerável, de acordo com os nossos indícios, localizada na Rússia, a imagem exibe o perigo enfrentado por Ângela Nikolau até a chegar ao topo, bem como, o impacto que a imagem da *selfie* de risco causa, por outro lado, a segunda *selfie* de risco apresentada (imagem 2), se apresenta mais impactante, indicando que o autorretrato foi concretizado em uma altura superior a primeira imagem.

Como já tratamos, a segunda *selfie* de risco (figura 2) foi realizada em Hong Kong, na China, neste sentido, a exposição da localização geográfica, propicia, ainda, sua maior capacidade de visibilidade em comparação com a imagem 1, pois, ao permitir que a sua localização nos mecanismos de busca do aplicativo *Instagram*, a probabilidade dela ser visualizada se expande, na mesma intensidade em que o discurso que a acompanha se propaga. Na captura dessa *selfie* de risco, Ivan Beerkus posa solitariamente enquanto comporta seus equipamentos fotográficos.

Não temos a confirmação exata da altura escalada pelo fotógrafo, mas, visualmente, trata-se de um ponto de altura extremo e de difícil acesso. Ivan Beerkus não destina o seu olhar para a lente da câmera, sua expressão indica segurança e tranquilidade, apesar de não posar descontraído. A disposição corporal de Ivan Beerkus também demonstra familiaridade com o risco, uma vez que não usa sustentação alguma, posando livremente, usando apenas uma das mãos para a captura da imagem, enquanto a outra sustenta um objeto, ao que tudo indica, um acessório ou suporte da própria câmera.

Levando em conta o discurso textual que acompanha essa *selfie* de risco (figura 2), disposto em forma de legenda e *hashtags*, encontramos a seguinte mensagem: “After facing our fears, we begin to live #hongkong #gopro”, traduzida para o português: “Depois de enfrentar nossos medos, começamos a viver #hongkong #gopro”. A utilização das *hashtags*, assim como a localização geográfica,

já foram discutidas, cabe-nos, agora, esmiuçar o discurso textual agregado a postagem da *selfie* de risco 2.

Ao analisar a mensagem deixada por Ivan Beerkus, observamos, mais uma vez, um discurso que versa a familiaridade com o risco e o perigo. Ao afirmar que passamos a viver depois que enfrentamos os nossos medos, o sujeito assume o perigo e os riscos que enfrenta, vendo-os com elementos de vivacidade, liberdade e prazer. O risco enfrentado por Ivan Beerkus para a captação da *selfie* de risco, levando em conta o discurso, tende a passar a ideia de coragem, enfrentamento e superação dos medos, além de esconder, nas entrelinhas, o forte indício de motivação, induzindo os sujeitos a também enfrentarem seus medos e encararem o risco como ferramenta de deleite e libertação. Contrariamente, Vaz (2005) articula que: “Não há noção de progresso ou libertação quando é o risco que define os contornos do futuro” (VAZ, 2005, p. 8). Enquanto isso, a prática da *selfie* de risco se reafirma através de publicações na rede.

Por outro lado, levando em conta os riscos que os registros carregam, os adeptos da prática viajam o mundo em busca dos picos mais altos para fotografarem seus autorretratos em cenários de extremo risco. Diante das análises sócio-histórica, discursiva e interpretativa das *selfies* de risco (imagens 1 e 2), dos aspectos visuais, técnicos e discursivos das imagens, desvendamos as possíveis estratégias que acrescentam visibilidade a essas *selfies*, os prováveis recursos utilizados para alcançá-la, além de compreendermos os aspectos mais subjetivos que o discurso textual e imagético contém e partilha.

## 4.2 CASOS DE MORTES DURANTE A TENTATIVA DE CAPTURA DE *SELFIE* DE RISCO EM 2015

*Caso 1: Romena morre eletrocutada ao tentar selfie no topo de estação de trem*<sup>11</sup>.

Enquanto as publicações de *selfies* de risco de Ângela Nikolau de Ivan Beerkus adquiriam visibilidade em 2015, no mesmo ano, em países diferentes, vários casos de morte por tentativa de *selfie* de risco aconteceram e foram noticiados. O primeiro caso, anunciado em matéria publicada pelo portal de notícias

<sup>11</sup> Fonte: <<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2015/05/romena-morre-eletrocutada-ao-tentar-selfie-no-topo-de-estacao-de-trem.html>>. Acesso em: 13 mai 2017.

da Globo (G1), contém o seguinte título: “Romena morre eletrocutada ao tentar *selfie* no topo de estação de trem”. A matéria foi publicada em 12 de maio de 2015 e conta brevemente como o acidente aconteceu. De acordo com as informações do portal G1, retiradas do jornal romeno “Mirror”, a jovem Anna Ursu, de 18 anos, acidentou-se gravemente, chegando a óbito, enquanto tentava capturar uma *selfie* de risco no alto de uma estação e trem na cidade de Iasi, nordeste da Romênia.

Anna Ursu escalou até a cobertura da estação de trem na companhia de uma amiga de 17 anos. As duas jovens deitaram no topo da estação, porém, Anna resolveu posar com as pernas levantadas, incitando a sensação de liberdade e descontração do momento de captura da *selfie* de risco. Entretanto, ao realizar esse movimento, seus membros inferiores tocaram uma fiação elétrica, provocando graves queimaduras, que fatalmente ocasionaram o óbito da jovem romena. A amiga de Anna Ursu sofreu graves ferimentos, mas sobreviveu. A sobrevivente, testemunha do acidente, alerta para o fato de que elas desconsideraram o risco, pois o objetivo almejado era registrar uma “*selfie* definitiva”. Quando se refere à *selfie* definitiva, entendemos que os sujeitos em questão, desejavam capturar uma *selfie* impactante em uma situação arriscada, independente das circunstâncias e consequências fatalistas que esta ação pudesse abarcar.

Ao envolver a prática da *selfie* de risco, o acidente fatal em questão, identifica a popularização da prática, que não se restringe a barreiras geográficas, ou recursos técnicos de captura. As *selfies* de risco protagonizadas e postadas no *Instagram* por Ângela Nikolau e Ivan Beerkus em 2015, analisadas anteriormente, podem ser tidas como instigadoras para os admiradores da prática, a exemplo da jovem vítima, Anna Ursu.

Ao exibir imagens de *selfies* de risco em alturas espetacularmente extremas de diferentes cenários urbanos, os fotógrafos Ângela Nikolau e Ivan Beerkus, através do discurso imagético e textual presente nas postagens, reforçam a ideia de que a prática da *selfie* de risco é executável e que pode ser concretizada com êxito. As *selfies* de risco de Ângela Nikolau e Ivan Beerkus, por sua vez, dispõem de uma mínima preparação prévia, relativa ao reconhecimento do lugar, altura e afins. Contrariamente, levando em consideração o depoimento da testemunha do acidente, a tentativa de Anna Ursu de registrar uma *selfie* de risco no alto de uma estação ferroviária, partiu de uma atitude improvisada.

Apesar da morte de Anna Ursu ter ocorrido antes das publicações de *selfie* de risco feitas por Ângela Nikolau e Ivan Beerkus, os exploradores urbanos russos já se

arriscavam no registro de suas *selfies*, visando a visibilidade midiática que as suas *selfies* de risco dispõem atualmente.

As narrativas são diferentes, os espaços geográficos e os protagonistas também, porém, há um elo que une a viralização das *selfies* de risco publicadas por Ângela Nikolau e Ivan Beerkus em 2015, ao acidente acontecido na Romênia com Anna Ursu no mesmo ano: a visibilidade, seja ela fruto de uma motivação comercial/publicitária, ou de aspectos mais subjetivos atados ao enfrentamento do risco.

Certamente, assim como os adeptos da prática da *selfie* de risco Ângela Nikolau e Ivan Beerkus, o intuito de Anna Ursu ao arriscar-se no alto de uma estação de trem para registrar uma *selfie* de risco, era publicar a tão almejada imagem na internet. Pesquisas feitas pelo site romeno na rede social Facebook de Anna Ursu, mostram que a jovem já postava *selfies* em situações de risco na referida rede social, ou seja, não se tratava de um primeiro experimento de enfrentamento ao risco por questões de visibilidade, situações anteriores, finalizadas com sucesso, já tinham sido feitas, o que pode ter alavancado também, a disposição da jovem a arriscar-se mais uma vez em busca de um registro de *selfie* de risco mais instigante do que os anteriormente publicados.

Vale salientar que, o discurso replicado pelo portal G1, publicado primariamente pelo site romeno “Mirror”, narra o acontecimento do fato, suas motivações, consequências específicas e testemunhas do acidente, no entanto, não reforça explicitamente o discurso de fuga ao risco, mas, ao propagar a notícia de uma morte por tentativa de captura de *selfie* de risco, incita o cuidado de si, pois tornando público o óbito, a notícia repercute a prática da *selfie* de risco por um viés negativo, impulsionando os seus admiradores a terem cautela ao decidir realizar *selfies* de risco.

Caso 2: Jovem russo morre após tentar tirar selfie em telhado de prédio<sup>12</sup>.

O segundo caso de morte durante o experimento de captura de *selfie* de risco, coincidentemente, ou não, aconteceu em setembro de 2015, na cidade de Vologda, Rússia, mesmo país dos exploradores urbanos Ângela Nikolau e Ivan Beerkus. O sujeito em questão, tentava capturar uma *selfie* de risco no alto de um telhado usando apenas uma corda presa ao seu corpo como equipamento de segurança, porém, a corda rompeu-se e o jovem não suportou a queda indo a óbito.

<sup>12</sup> Fonte: <<http://www.redetv.uol.com.br/jornalismo/da-para-acreditar/jovem-morre-apos-tentar-tirar-selfie-no-telhado-de-predio>>. Acesso em: 17/04/2017.

O conhecimento deste caso foi a partir de uma matéria publicada pelo portal da Rede TV. No que diz respeito a temática das *selfies* de risco, o discurso propagado pelo portal de notícias da Rede TV, assim como o discurso advindo do site G1, responsável pela divulgação do caso 1, apenas replica a manchete de um site estrangeiro. Por consequência, o texto não explicita pontos de vista em relação a morte do jovem russo, há uma narração breve do acidente, ilustrada com imagens de risco.

A identidade da vítima não é revelada na matéria, mas o texto aponta que a conta usada pelo jovem no *Instagram*, na qual ele se apresentava como *@drewssik*, possui várias fotos em situações de risco, ou seja, tratava-se de um adepto da prática. A considerável presença de adeptos da prática da *selfie* de risco na Rússia é notória, os cenários urbanos do país, repletos de torres e edifícios de alturas extremas, instigam os admiradores da prática a capturar *selfies* de risco cada vez mais impactantes.

Há uma preferência entre os adeptos das *selfies* de risco por espaços localizados em alturas extremas, como coberturas, telhados, torres e pontes. Neste ponto de vista, além da partilha do contexto geográfico (mesmo país) e temporal (mesmo ano), outro aspecto de semelhança é visto entre a morte do jovem russo e a viralização das *selfies* de risco postadas por Ângela Nikolau e Ivan Beerkus, o tipo de risco, pois mesmo se tratando de cenários e alturas diferenciadas, a vítima almejava registrar uma *selfie* de risco no topo de um telhado, ou seja, estava apta a enfrentar o risco de queda de uma determinada altura.

Retrospectivamente, a fim de comparar os casos, lembremos que, o pivô do acidente responsável pela morte da jovem romena no caso 2, não foi a queda do alto da estação ferroviária, mas um choque elétrico. No entanto, o anseio pela captura levou as vítimas do caso 1 e do caso 2, a escararem o risco relativo a altura, claramente, com níveis de perigo e recursos de captura distintos. A aparição desses casos expressa a veemência pela visibilidade, afinal de contas, ser visto, comentado, ou notado, passa a ser um dos objetivos principais em práticas sociais como a *selfie* de risco.

Decerto, as recentes modulações no olhar e nas subjetividades, têm uma série de implicações que atravessam as formas de cuidado de si e as experiências cotidianas nos espaços urbanos. O emprego das imagens como mediação necessária de experiências cotidianas, contextos e práticas sociais, nos habituou a



uma forma de existência intimamente dependente da visibilidade midiática (BRUNO, 2013).

Manifestadamente, os dispositivos de visibilidade contemporâneos instituem uma subjetividade assistida, lançada na extremidade da ação e da performance. A *selfie* de risco que seria capturada pela vítima do caso 2, barrada pelo acidente fatalista, muito provavelmente seria postada na rede. O sujeito, ao improvisar o equipamento de segurança, utilizando uma corda como sustentação do corpo, pôde garantir que suas mãos ficassem livres para realizar a captura da *selfie* de risco. Desse modo, destinou a sua atenção principal ao registro, a câmera, ou seja, a representação de si na tela, neste caso, uma representação de risco. No anseio de construir essa representação assistida de si, os sujeitos geram uma subjetividade exteriorizada, capaz de interferir nas transformações entre o que se exhibe e o que se mascara sobre si mesmo.

#### 4.3 SELFIES DE RISCO VIRALIZADAS NA WEB EM 2016

**Figura 3:** *Selfie* de risco Ângela Nikolau 2016



Fonte: Instagram (2016)

A *selfie* de risco acima, apresentada como figura 3, foi capturada por Ângela Nikolau no topo de uma torre na reconhecida ponte de Tsing Ma, em Hong Kong,

China. A imagem, postada em agosto de 2016, obteve 41.642 curtidas, até a data do último acesso, 3 de agosto de 2018. Claramente notamos o crescimento da visibilidade das postagens de *selfies* de risco de Ângela Nikolau de um ano para outro, pois, a imagem 1, publicada por ela em 2015, não chega a atingir 7 mil curtidas. A exploradora urbana captura a *selfie* de risco acompanhada de Ivan Beerkus. Os protagonistas posam olhando para a câmera e são registrados de cima pra baixo, intensificando a altura escalada e o visível risco que ela representa. Esse efeito é atingido com a ajuda do pau de *selfie*, que capta os sujeitos a uma certa distância, valorizando o cenário em um plano geral. O tipo de câmera não é especificado, mas pela qualidade da imagem, vemos que se trata de um equipamento fotográfico de alta competência. Na imagem em questão, Ângela certifica a captura da *selfie* com uma das mãos, segurando o pau de *selfie*, enquanto a outra responsabiliza-se pela sua segurança. O outro sujeito também presente na figura 3, garante a sua segurança com uma das mãos, ao mesmo tempo em que a outra comporta um telefone celular.

Ao avaliarmos a expressão facial dos exploradores urbanos durante a captura da figura 3, percebemos a aparente segurança, tranquilidade e satisfação, expressas no sorriso de Ângela Nikolau, diferentemente da imagem 1, na qual ela se mostra séria e preocupada. Ivan Beerkus, por sua vez, não revela características de ansiedade ou medo, mas permanece centrado no registro, sem manifestação de emoções.

Ao expressar um sorriso durante o registro da imagem 3, em análise, Ângela Nikolau nos dá a entender que, a realização da referida *selfie* de risco foi algo de extrema importância para sua vivência e satisfação pessoal. Tal raciocínio, aponta dados de que a imagem em questão foi articulada com antecedência, além de validar os aspectos mais subjetivos que tocam a prática da *selfie* de risco. Ao sorrir para a câmera, Ângela Nikolau exhibe a sua familiaridade com a prática da *selfie* de risco. Um ano após a publicação da imagem 1, é visível o desenvolvimento de Ângela Nikolau no universo da prática da *selfie* de risco, afinal, ao se destinar a captura de *selfies* em cenários cada vez mais arriscados, a exploradora urbana exhibe e propaga uma imagem de si, capaz de superar o medo e enfrentar os riscos.

O enfrentamento dos riscos e as variações no cuidado de si, advindas dessa ação arriscada, ampliam tecnologicamente as experiências de espaço e tempo, nas quais, o futuro e a simulação possuem um papel crucial, sobretudo, de pensar uma

nova 'experiência de morte' vigente na pós-modernidade (VAZ, 1997). O corpo humano, por natureza, é apto a riscos, porém, o surgimento de práticas sociais que sugerem o enfrentamento de perigos, a exemplo da *selfie* de risco, potencializa a probabilidade de mortes, ao mesmo tempo em que reconfigura as formas com que esses óbitos podem vir a acontecer. O autor não situa o pensamento no contexto da prática, todavia, o enfrentamento e a fuga dos riscos, suscitam inovadoras maneiras de vivência e morte, afinal, ao mesmo tempo em que os fatores de risco, incansavelmente publicados e discutidos pela mídia, instauram medidas de segurança, através de alterações de atitudes e/ou hábitos, estilos de vida, e consequentemente, os modos pelos quais os sujeitos morrem, também são reformulados, seguindo ou não as normas recomendadas.

Seguindo os trilhos construídos pelo risco, a imagem 3 representa a expansão da visibilidade das postagens de *selfies* de risco de Ângela Nikolau. A viralização da imagem 3, indica ainda a inserção e o reconhecimento da prática da *selfie* de risco na sociedade contemporânea, pois, a partir das visualizações e *likes* obtidos através da referida postagem, a prática se dissemina na rede, conquistando adeptos e opiniões contrárias.

A visibilidade contraída pela imagem 3, diz respeito também a exposição da localização geográfica, por se tratar de uma famosa ponte de Hong Kong, a *selfie* de risco ganhou destaque no campo de interação *Instagram*, destaque este, fruto do desenvolvimento do próprio campo como mediador dessa imagem, refletido no crescimento do número de seguidores na conta @angela\_nikolau, e ainda, nos recursos de busca que o aplicativo dispõe, como filtros de procura de fotos por localização e *hashtags*.

Ainda em 2016, Ivan Beerkus, presente na imagem anterior, também teve uma *selfie* de risco viralizada na internet, por meio de publicação no aplicativo *Instagram*, em dezembro do mesmo ano. Ivan Beerkus não posa sozinho na imagem 4, outro sujeito, que aparece de costas na *selfie*, o acompanhou na escalada. A localização, mais uma vez, aponta a China como cenário, que devido aos seus arranha-céus, é muito buscada por apreciadores de escaladas urbanas.

**Figura 4:** *Selfie* de risco Beerkus 2016



Fonte: Instagram (2016)

Com 20.434 curtidas, a imagem 4, fotografada no topo de uma torre, em Nanjing, China, foi captada pela lente de uma câmera destinada a registros desse tipo. De acordo com a *hashtag* presente no post, trata-se de um modelo yi4k, consideravelmente usado por fotógrafos de esportes radicais e exploradores urbanos. Ivan Beerkus olha para cima, mirando a câmera, enquanto segura o bastão e o acessório responsável pelo disparo. O sujeito não permanece preso a nenhum tipo de amarra, apenas fixa-se na pequena plataforma contida no topo da torre, mostrando-se tranquilo e adaptado aos desafios que prática da *selfie* de risco exige.

Durante a análise realizada com as *selfies* de risco viralizadas em 2015, notamos que a figura 2, do perfil @beerkus, foi mais curtida e visualidade do que a imagem 1, retirada da conta @angela\_nikolau. No entanto, em 2016, a *selfie* de risco postada por Ângela Nikolau (figura 3), chegou ao dobro dos *likes* obtidos por @beerkus na imagem 4. É válido pontuar que, os meios técnicos de produção e transmissão das *selfies* de risco postadas por Ângela Nikolau e Ivan Beerkus são semelhantes, alguns detalhes técnicos podem ser divergentes, porém, as *selfies* de risco são capturadas por equipamentos fotográficos de última geração, são

depositadas na internet através do aplicativo *Instagram* e constroem campos de interação a partir dessa publicação.

Se a postagem 3 desfrutou de mais curtidas do que a postagem 4, dessa maneira, ela foi mais vista no aplicativo *Instagram*, e possivelmente pode ter agregado mais seguidores a conta @angela\_nikolau. É possível que, o fato de ela ter sido fotografada na famosa ponte de Hong Kong, tenha auxiliado na visibilidade que adquiriu e ainda obtém.

No que diz respeito ao discurso, as imagens 3 e 4 possuem legendas diferentes, mas fazem o uso das *hashtags* #roof (telhado) #rooftop (topo do telhado) e #selfie. Na postagem de *selfie* de risco realizada em 2015, Ângela Nikolau também utiliza as mesmas *hashtags*, empregando os termos como marcadores e indicadores de imagens tipo *selfie* de risco. As *hashtags*, como já esclarecemos, podem ser agregadoras de visibilidade, afinal, propagam o discurso por meio pequenos textos, que funcionam como códigos e são capazes de associar a forma simbólica a outras semelhantes. A partir do emprego das *hashtags* #roof (telhado) #rooftop (topo do telhado), nas imagens 3 e 4, a prática da *selfie* de risco é identificada, publicada e encontrada na rede.

Enquanto a fotógrafa Ângela Nikolau resume a legenda da publicação da imagem 3 ao uso de *hashtags*, Ivan Beerkus estende a sua mensagem, publicando, além das conhecidas *hashtags*, um pequeno texto. Traduzimos a legenda da imagem 4, na qual Ivan Beerkus releva estar no topo da torre de um dos maiores edifícios do mundo, localizado em Nanjing, China. O fotógrafo enfatiza o risco, ao mesmo tempo em que exhibe aspectos de consumo, a viagem a China, cenário fundamental na composição da *selfie* de risco em questão e os meios técnicos de produção, como câmeras e acessórios de última geração, são fortemente apontados na postagem 4.

Há, dessa forma, um forte de indício a finalidades consumistas presente no discurso textual e imagético da figura 4, todavia, a mensagem de Ivan Beerkus vai mais além, ao questionar qual a maior escalada feita pelos seus seguidores e/ou visualizadores da imagem 4, o fotógrafo induz ao comportamento de risco, provocando o leitor a também enfrentar o perigo advindo de escaladas extremas.

Ao divulgar a possibilidade de concretização bem-sucedida da captura de imagens tipo *selfies* de risco, Ivan Beerkus valida a ideia de que o enfrentamento dos riscos nem sempre pode findar em infortúnios. O sujeito busca alicerce nos possíveis

triunfos frutos dessa exposição, como os acessórios fotográficos que porta, a visibilidade midiática que conquista e a superação do medo, refletida nas escaladas extremas realizadas pelo sujeito nos diversos espaços urbanos espalhados pelo mundo.

A partir da representação de si em cenários de risco, a exemplo da imagem 4, Ivan Beerkus compartilha um perfil de determinação e satisfação, afinal, nota-se, visivelmente, a evolução do perigo enfrentado pelo fotógrafo, pois a cada publicação, percebemos o avanço da altura escalada. A satisfação, advinda da exposição arriscada de si, neste caso, é contida no discurso textual, nas expressões e na própria atitude de permanecer em perigo. Certamente, como relembra Costa (2013) a tentativa de se fazer notar, talvez explique as posturas extremadas adotadas pelos sujeitos na contemporaneidade, que buscam na reação do outro, experimentos de projeção de suas subjetividades, no almejo de tornar-se visível, e desse modo, existente na rede.

#### 4.4 CASOS DE MORTES DURANTE A TENTATIVA DE CAPTURA DE *SELFIE* DE RISCO EM 2016

Em 2016, a incidência de casos de mortes envolvendo o registro de *selfies* de risco chamou a atenção dos portais de notícias brasileiros. No mesmo ano, o G1 São Paulo publicou a seguinte matéria: Universitária morre ao cair de prédio enquanto fazia *selfie* nas Filipinas<sup>13</sup>. A jovem em questão chamava-se Cristina Marie Pagalilauan e tinha 19 anos. O acidente aconteceu no distrito de Ermita, em Manila, nas Filipinas. A ideia da vítima, de acordo com testemunhas, era registrar uma *selfie* de risco no telhado do deck do prédio, mas a estrutura do local acabou desabando, provocando um acidente fatal.

Ainda em 2016, outros óbitos relacionados a captura de imagem tipo *selfie* de risco foram noticiados pelo mesmo portal de notícias<sup>14</sup>. O caso também aconteceu em janeiro, mas, desta vez, na cidade de Mirzapour, Índia. O acidente fatalista envolveu três jovens que tentavam registrar uma *selfie* de risco nos trilhos de uma ferrovia no instante em que o trem se aproximava. As informações publicadas pelo portal G1, revelam que,

<sup>13</sup> Fonte: <<http://g1.globo.com/mundo/noticia/2016/01/universitaria-morre-ao-cair-de-predio-enquanto-fazia-selfie-nas-filipinas.html>>. Acesso em: 24/07/2017.

<sup>14</sup> Fonte: <<http://g1.globo.com/mundo/noticia/2016/04/tres-jovens-morrem-ao-tentar-fazer-selfie-com-trem-na-india.html>>. Acesso em: 29/08/2017.

dois dos jovens protagonizavam a *selfie* na hora do acidente, enquanto o outro observava a cena.

O acesso as estações e sistemas ferroviários na Índia não é restrito, a pouca vigilância nesses locais incitam acidentes desse segmento. Há um elevado número de casos de acidentes em trilhos de ferrovias no país, que dispõe de uma rede ferroviária com 65 mil km de vias, a quarta maior em extensão do mundo, atrás dos Estados Unidos, Rússia e China. Os casos partem do mesmo contexto temporal, mas os acidentes são ocasionados por diferentes situações de risco. Enquanto o caso da jovem que faleceu nas Filipinas envolvia altura, o caso dos jovens indianos nada tem a ver com escaladas, quedas ou desabamentos. A prática da *selfie* de risco, assim, não é fiel a uma modalidade específica de perigo, várias situações arriscadas são incorporadas nessa tentativa de representação de si.

Entretanto, existe uma preferência, digamos assim, entre os adeptos da prática da *selfie* de risco, por registros de imagens em locais de alturas elevadas. Realidade expressa em nossas análises de imagens virais e óbitos associados a prática. Entretanto, o caso dos jovens indianos nos faz refletir sobre as alternâncias que a prática sofre de acordo com a mudança geográfica, com os aspectos naturais dessa geografia, e consequentemente, com o acesso a esses ambientes.

A busca pelo efeito impactante que o risco tende a gerar, articula inovadoras artimanhas de visibilidade arriscada, ao optar por uma *selfie* de risco nos trilhos de uma linha férrea, tendo como pano de fundo um trem se aproximando, os sujeitos protagonistas da imagem representam-se como audazes, capazes de conter seus medos e afrontar os riscos. As responsabilidades e os efeitos que as ações arriscadas carregam sobre o futuro, formulam a própria emergência do direito ao risco (VAZ, 2005). O direito ao risco foge dos padrões postulados pela mídia em divulgações sobre seus fatores, contudo, quando a concessão é possibilitada, independente das motivações, restrições e limitações, os sujeitos tendem a optar pelos riscos que almejam confrontar. Na realidade da prática da *selfie* de risco, a cada desafio, a procura pela superação do medo é propagada na rede através da representação arriscada desses sujeitos.



#### 4.5 SELFIES DE RISCO VIRALIZADAS NA WEB EM 2017

Em 2017, a prática da *selfie* de risco encontrava-se reconhecida e consolidada na internet. Ao longo dos três anos presentes no recorte da nossa análise, os fotógrafos russos Ângela Nikolau e Ivan Beerkus adquiriram notoriedade no contexto das imagens de risco, percebível através do aumento de seguidores, por conseguinte, da maior visibilidade.

A China, visivelmente explorada pelos fotógrafos russos Ângela Nikolau e Ivan Beerkus no processo de composição do cenário das *selfies* de risco aqui analisadas, foi mais uma vez escolhida durante a captura da imagem 5. A *selfie* de risco em questão, viralizada através do perfil @angela\_nikolau no *Instagram*, é reconhecida como a *selfie* mais perigosa do mundo. A figura abaixo, capturada na cidade Tianjin, nordeste da China, alcançou 51.853 curtidas até a data do acesso.

**Figura 5:** *Selfie* de risco Beerkus 2017



Fonte: Instagram (2017)

A figura 5, igualmente a figura 6 logo abaixo, postada por Ivan Beerkus no mesmo ano, foi registrada sem o uso de equipamento de segurança. A forma de captura também permanece a mesma das *selfies* de risco viralizadas em 2015 e



2016, na qual o sujeito é fotografado de cima para baixo, abrangendo o cenário que o envolve. Os meios técnicos de produção e circulação da figura 5, pelo que vemos nas ilustrações, são os mesmos empregados na figura 6.

**Figura 6:** Selfie de risco Beerkus 2017



Fonte: Instagram (2017)

Os dois fotógrafos utilizam câmeras de excelente qualidade e fazem uso do suporte pau de *selfie* durante a captura das figuras 5 e 6. Estas, por sua vez, são fotografadas no mesmo país e destinadas ao mesmo campo de interação, o *Instagram*, porém, apesar de terem sido postadas em períodos aproximados, a imagem 6, certamente não foi registrada em 2017. A cenografia e as vestimentas de Ivan Beerkus na imagem 6, são iguais as da imagem 3, em que ele posa ao lado de Ângela Nikolau. Sendo assim, a escalada até o topo da torre da famosa ponte da China, propiciou a viralização das imagens 3 e 6.

O fato é que, *selfies* de risco, como as imagens até agora apresentadas, exigem equipamento fotográfico específico, acesso aos locais, tempo, esforço e superação do medo de altura para serem capturadas. Tais esforços são valiosos e fazem das imagens tipo *selfie* e risco preciosas ferramentas de visibilidade,

descartá-las, desse modo, não é a atitude mais aconselhável entre os adeptos da prática. A capacidade de armazenamento e publicação posteriormente pensada, foi usufruída por Ivan Beerkus na postagem da imagem 6, afinal, mesmo sendo capturada no ano anterior, a *selfie* de risco em questão, atingiu 13.839 curtidas no aplicativo Instagram em 2017.

A figura 6, contudo, não é a *selfie* de risco mais curtida do fotógrafo Ivan Beerkus no *Instagram*, o posto permanece com a imagem 4, também capturada na China. Embora tenha contraído um considerável número de curtidas com suas postagens de *selfies* de risco, a visibilidade desfrutada por Ângela Nikolau através de suas publicações é superior.

Enquanto Ivan Beerkus posa seriamente para a câmera na imagem 6, Ângela Nikolau, expressa-se sorrindo, realçando aparente exultação com a concretização da figura 5. Não podemos ter certeza dos reais sentimentos dos sujeitos presentes nas imagens, ademais, a descrição e interpretação dos aspectos visuais, nos concedem a exposição desse raciocínio.

Partindo para a análise do discurso textual presente nas figuras 5 e 6, ressaltamos que as legendas foram estruturadas de formas diferentes, a postagem 5 dispõe o texto em dois idiomas, inglês e russo e faz uso de muitas marcações de *hashtags*, por outro lado, a imagem 6 utiliza apenas o inglês e emprega poucas *hashtags* na formulação da mensagem.

O uso dos dois idiomas na legenda da imagem 5, tende a expandir a compreensão do discurso nela disposto. Traduzimos as duas mensagens e constatamos que o texto em russo é igual ao escrito em inglês, trata-se apenas de uma estratégia de compreensão da mensagem, como já pontuamos. A tradução feita pelo Google Tradutor, versa o entusiasmo de Ângela Nikolau ao afirmar que a imagem de risco por ela protagonizada trata-se da *selfie* mais perigosa do mundo. O discurso advindo das *hashtags* destaca a localização geográfica do registro, ao mesmo tempo em que enfatiza e incita a exploração de espaços urbanos de alturas extremas. As *hashtags* #rooftop e #roof (topo do telhado e telhado) são novamente utilizadas, comprovando a nossa reflexão acerca da sua utilização como marcadores de imagens tipo *selfie* de risco.

Embora não seja extenso, o discurso publicado por Ivan Beerkus na legenda da imagem 6, revela traços de sua subjetividade. A mensagem “Find yourself” (encontre-se), exhibe a importância do arriscar-se no processo de encontro do seu

eu. Fazendo um retrospecto nas contribuições de Bruno (2013), trata-se de uma subjetividade que transborda e se realiza nas telas, na visualização, e desse modo, carece da observação alheia, da potencialidade de ser vista, e não mais do recolhimento de um eu interiorizado e relativamente opaco.

#### 4.6 CASOS DE MORTES DURANTE A TENTATIVA DE CAPTURA DE *SELFIE* DE RISCO EM 2017

Os dois casos de morte associados a prática da *selfie* de risco, enfatizados neste tópico, aconteceram no Brasil. O primeiro acidente fatal, ocorrido em janeiro de 2017, no Tocantins, foi protagonizado pelo artista plástico Pierre Freitas<sup>15</sup>. De acordo com o G1, Pierre costumava realizar trilhas e escaladas semelhantes e tinha o hábito de postar seus registros nas redes sociais.

Embasados nas informações extraídas no depoimento das testemunhas, o artista plástico estava trabalhando de guia turístico no dia do acidente, e ao chegar ao topo da Serra do Carmo, revolveu registrar uma *selfie* de risco. A ação de Pierre foi abortada pela sua queda, o sujeito escorregou de uma altura de quase 70 metros, e inevitavelmente faleceu.

O segundo caso, teve como vítima um adolescente de 15 anos. O acidente adveio do experimento de fotografar uma *selfie* de risco sobre os trilhos de uma estação ferroviária. Considerando os esclarecimentos postados pelo G1 de Minas Gerais<sup>16</sup>, a tragédia ocorreu em agosto de 2017, na Estrada de Ferro Vitória a Minas, em Governador Valadares. A vítima buscava tirar uma *selfie* de risco sobre os trilhos da estação férrea enquanto o trem se aproximava, mas, ao submeter-se ao perigo, acabou sendo atropelado e veio a óbito.

A partir da aparição de casos de mortes advindos da experiência de fotografar *selfies* de risco, inegavelmente prova-se a insistência dos sujeitos em enfrentar o medo. De 2015 a 2017, os exploradores urbanos Ângela Nikolau e Ivan Beerkus atraíram olhares e agregaram visibilidade midiática aos seus perfis no *Instagram*. Em contrapartida, o surgimento de mortes ligadas a prática da *selfie* de risco também recebeu destaque na mídia. Os discursos feitos pelos sites noticiadores não elencam cuidados, nem especificam

<sup>15</sup> Fonte: <<http://g1.globo.com/hora1/noticia/2017/01/artista-plastico-morre-ao-tentar-tirar-uma-fotografia-no-alto-da-serra-em.html>>. acesso em: 21 out 2017.

<sup>16</sup> Fonte: <<https://g1.globo.com/mg/vales-mg/noticia/adolescente-morre-atropelado-ao-fazer-selfies-sobre-linha-ferrea-em-valadares.ghtml>>. Acesso em: 24 out 2017.

fatores de risco relativos a prática, todavia, o reconhecimento da mesma é realizado, tanto através dos conteúdos virais, como por meio dos infortúnios oriundos das tentativas de captura de *selfies* de risco.

Se as notícias sobre fatores de risco participam da construção de uma nova subjetividade (VAZ, 2007), a propagação de uma prática social que as afronta, tende a fazer o mesmo. Ao que parece, vivenciamos uma constante reconfiguração de significado do risco, que já não é tido como algo a ser evitado. A partir da consolidação da prática da *selfie* de risco, por exemplo, as barreiras entre o que é arriscado e seguro são reconstruídas e novas táticas de representação de si despontam através de discursos imagéticos e textuais, capazes de validá-las ou descartá-las.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A realização desta pesquisa remete a realidade da contemporaneidade, uma vez que, a sociedade contemporânea vem se transformando e adquirindo práticas sociais entrelaçadas ao risco e visibilidade midiática. A utilização de *selfies* de risco como ferramenta de autorrepresentação na web, demonstra o quanto a visibilidade midiática é almejada nos dias de hoje, e como o risco tem sido aplicado a favor desse reconhecimento virtual.

Os argumentos expostos e resultados extraídos com as análises, revelam a transmutação que o risco enfrenta e as consequentes reconfigurações que tocam os processos de subjetivação contemporâneos. Através da análise das imagens virais, identificamos a instauração da prática da *selfie* de risco na internet, bem como, o desenvolvimento da mesma com o passar dos anos. Os perfis @angela\_nikolau e @beerkus, avaliados nesta pesquisa, tornaram-se mais acessados e reconhecidos de 2015 a 2017. As contas não dispunham do número de seguidores que desfrutavam atualmente, percebe-se então, a aceitação de conteúdos imagéticos a favor do risco por parte dos internautas.

Referenciados pela existência de casos de mortes no instante da captura de *selfie* de risco e pela análise de imagens virais desse segmento, possuímos argumentos para constatar que a prática da *selfie* de risco é uma modalidade contemporânea de exposição de si, capaz de fabricar e conduzir subjetividades ao risco através da visibilidade midiática que pode impetrar. Tais subjetividades são, em sua maioria, propagadas por jovens, que diante das instigantes e atrativas armadilhas de exposição de si, confrontam o risco, transformando a situação de perigo enfrentada em imagens viralizadas.

Para que essa transformação seja possível, levando em consideração as análises das *selfies* de risco postadas pelos perfis @angela\_nikolau e @beerkus no *Instagram*, é necessário, além da aceitação desses conteúdos por parte do público do aplicativo, a superação de determinados medos, exprimida no perigo exigido pela prática. Como constatamos, o caráter espetacular e impactante das *selfies* de risco, torna esse tipo de imagem mais propício a visualizações e curtidas na rede. A marcação da localização e o emprego de *hashtags* nas legendas, também

interferem na visibilidade dessas formas simbólicas. Cenários arriscados mundialmente conhecidos são mais atrativos e tendem a gerar mais visualizações.

No almejo de propagar suas *selfies* perigosas na mídia, os adeptos da prática findam por divulgar uma subjetividade que impulsiona o risco, na qual se realça os triunfos que essa exposição arriscada comporta, como finalidades consumistas associadas a visibilidade e a satisfação pessoal advinda do enfrentamento dos perigos. Em decorrência da representação dessa subjetividade, que adota o risco como elemento essencial na composição do eu, os perfis de Ângela Nikolau e Ivan Beerkus no *Instagram*, representados por intermédio de suas publicações de *selfies* de risco e dos discursos textuais que acompanham essas imagens, marcam, desse modo, a disseminação de um eu que incita coragem, determinação e superação do medo relativo a alturas extremas.

Por meio desta pesquisa, tornou-se possível também, captar a realidade emergente da prática da *selfie* de risco, replicada pela mídia através dos casos de mortes ocorridos no instante do experimento de captura dessas imagens. A pontuação dos casos, neste sentido, apresentou o viés trágico da prática, que ocasiona mortes em vários lugares do mundo.

Diante dessa realidade, as discussões levantadas nesta dissertação mostram-se pertinentes, pois, a sociedade contemporânea é atravessada pela visibilidade e a cada dia procura novos métodos atrativos de exibição, a exemplo das *selfies* de risco. No entanto, os caminhos que levam ao estudo das subjetividades e a relação desta com a prática da *selfie* de risco, ainda estão sendo trilhados, afinal, nos referimos a uma prática social ativa, sendo assim, não podemos realizar conclusões fixas referentes à cultura da visualidade e seus consequentes significados na vivência social dos sujeitos, mas sim, explicações e esclarecimentos entrelaçados ao contexto de produção e circulação das formas simbólicas *selfies* de risco exibidas em nossas análises. Ademais, as impressões colhidas nesta pesquisa, mostram-se reveladoras quando estudamos a relação dos dispositivos de visibilidade e a formação de subjetividades que se alimentam do risco.

## REFERÊNCIAS

- ABDALA, Lorena. **Eu, eu mesmo e minha selfie**: moda e identidade na rede. Disponível em: <[http://www.ceart.udesc.br/anaisenpmoda/anais/2.07\\_lorena\\_abdala\\_eu\\_selfie.pdf](http://www.ceart.udesc.br/anaisenpmoda/anais/2.07_lorena_abdala_eu_selfie.pdf)>. Acesso em: 30 set. 2015.
- AMARAL, Inês. **Redes sociais na internet**. Sociabilidades emergentes. Covilhã, Portugal: Labcom. IFB, 2016.
- APPOLINÁRIO, Fabio. **Metodologia da Ciência**: filosofia e prática da pesquisa. São Paulo: Cengage Learning, 2009.
- BAITELLO JUNIOR, Norval. Para que servem as imagens mediáticas? Os ambientes culturais da comunicação, as motivações da iconomania, a cultura da visualidade e suas funções. **Anais do XVI Encontro da Compós**. Disponível em: <[http://www.cisc.org.br/portal/jdownloads/BAITELLO%20JUNIOR%20Norval/para\\_que\\_servem\\_as\\_imagens\\_mediticas.pdf](http://www.cisc.org.br/portal/jdownloads/BAITELLO%20JUNIOR%20Norval/para_que_servem_as_imagens_mediticas.pdf)>. Acesso em: agosto 2017.
- BAUMAN, Zygmunt. **Amor líquido**: sobre a fragilidade dos laços humanos. Rio de Janeiro: Zahar, 2004.
- BOSI, Alfredo. Fenomenologia do olhar. NOVAES, Adauto (Org.). **O Olhar**. São Paulo: Companhia das Letras, 1988.
- BRASIL, A. 2011. A performance: entre o vivido e o imaginado. In: **XX Encontro COMPÓS**, XX, Porto Alegre, 2011. Anais... Porto Alegre, p. 1-16. Disponível em: [http://www.compos.org.br/data/biblioteca\\_1603.doc](http://www.compos.org.br/data/biblioteca_1603.doc). Acesso em: 13/01/2017.
- BRUNO, Fernanda. Máquinas de ver, modos de ser: visibilidade e subjetividade nas novas tecnologias de informação e de comunicação. **Revista Famecos**. Porto Alegre, n. 24, julho 2004.
- \_\_\_\_\_. **Máquinas de ver, modos de ser**: vigilância, tecnologia e subjetividade. Porto Alegre: Sulina, 2013.
- CASTELLS, Manuel. **Sociedade em Rede**, São Paulo: Paz e Terra, 2001.
- COSTA, Bruno. Nova visibilidade em cena: mapeando a cultura de estadia prolongada nos universos ficcionais. In: BRASIL, André; MORETTIN, Eduardo; LISSOVSKY, Maurício. (Orgs.). **Visualidades hoje**. Salvador: EDUFBA; BRASÍLIA: Compós, 2013.
- CRUZ, N. V.; ARAÚJO, C. L. Imagens de um Sujeito em Devir: autorretrato em rede. **Galáxia**. Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Semiótica. ISSN 1982-2553, v. 12, n. 23, 2012.
- DEBORD, Guy. **A Sociedade do Espetáculo**. Lisboa: Edições Antipáticas, 2005.

FERNANDES, Ana Maria Peixoto. Selfie: A força comunicacional do autorretrato que as redes sociais reinventaram. 2015. **Dissertação** (Mestrado em Ciências da Comunicação) Universidade do Minho, Portugal.

FRAGOSO, S. **Métodos de pesquisa para a internet**. Porto Alegre: Sulina. 2011.

GIDDENS, Anthony. **Mundo em descontrol**e: o que a globalização está fazendo de nós. 6ed. Rio de Janeiro: Record, 2007.

GIDDENS, Anthony. SUTTON, Philip W. **Conceitos Essenciais da Sociologia**. Tradução Claudia Freire. 1ed. São Paulo: Editora Unesp, 2016.

GUIMARÃES, Talita. O paradoxo da intimidade publicizada: a visibilidade contemporânea no site de rede social Facebook. 2011. **Dissertação de Mestrado em Ciências da Comunicação** - Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, Universidade Nova de Lisboa, Lisboa, Portugal, 2011. Disponível em: <<http://run.unl.pt/handle/10362/8107>>.

LE MOS, André. A arte da vida: diários pessoais e webcams na internet. **Anais do XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, Salvador, 2002. Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/37b5da563c6bc5ec6f2697de38bffd84.pdf>>.

OLIVEIRA, Nelson de; HOLANDA, André Fabrício da Cunha. Jornalismo participativo e informação hiperlocal: o papel de mashups e hashtags na construção da notícia em redes sociais. In: *Revista Brasileira de Iniciação Científica em Comunicação Social*. São Paulo: Intercom, 2010. Disponível em: <<http://portcom.intercom.org.br/revistas/index.php/iniciacom/article/viewArticle/662>>. Acesso em: 25 out. 2016.

OLIVEIRA, Sarah Ovídio de; FREITAS, João Alcântara de. Mobilidade Imaginativa e Sociabilidade: estudo exploratório sobre o fenômeno das selfeets. **Trama: Indústria Criativa em Revista**. Dossiê: Mobilidades e Cotidiano. Ano 1, vol.1, janeiro-julho de 2016.

PASTOR, Leonardo. Prática do selfie: experiência e intimidade no cotidiano fotográfico. **Contracampo**, Niterói, v.36, n. 02, pp.XX-XX, ago. 2017/ nov. 2017.

PRIMO, Alex. A busca por fama na web: reputação e narcisismo na grande mídia, em blogs e no Twitter. In: **Anais do Congresso Brasileiro De Ciências Da Comunicação**, 32. Curitiba, 2009. Curitiba: Intercom, 2009. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-1950-1.pdf>>. Acesso em: 25 nov. 2014.

REZENDE, Claudia Barcellos. **Antropologia das Emoções**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2010.

ROCHA, Rose de Melo. Cultura da visualidade e estratégias de (in)visibilidade. **Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em**



**Comunicação.** Disponível em: <http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewFile/115/114>. Acesso em: julho 2017.

ROSSINI, Vinicius Santucci. Os manjadores entenderão: os conteúdos virais e a sociabilidade no ciberespaço. **Ponto Urbe: Revista do Núcleo de Antropologia Urbana da USP.** Online. Disponível em: <http://pontourbe.revues.org/1628>. Acesso em: agosto 2017.

SANCHEZ, Leila Ali. Identidades Expandidas: arte e redes sociais na internet. 2014. **Dissertação** (Mestrado em Estética e História da Arte) – Universidade de São Paulo – USP, São Paulo – SP.

SGORLA, Fabiane. A “visibilidade midiática” - da “sociedade midiática” à “sociedade midiaticizada”. **Revista Tecer.** Belo Horizonte – vol. 3, no 4, maio 2010.

SIBILIA, Paula. **O show do eu:** a intimidade como espetáculo. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.

\_\_\_\_\_. Os corpos visíveis na contemporaneidade da purificação midiática à explicitação artística. In: BRASIL, André; MORETTIN, Eduardo; LISSOVSKY, Maurício (org.). **Visualidades Hoje.** Salvador: EDUFBA; Brasília: COMPÓS, 2013.

\_\_\_\_\_. Autenticidade e performance: a construção de si como personagem visível. **Revista Fronteiras - estudos midiáticos.** São Paulo, vol . 17, n. 3, set./ dez. 2015.

SIMÕES, P. G. Celebidades na sociedade midiaticizada. **Perspectiva.** Rio de Janeiro, v. 16, n.1, p. 104-119, jan./abr. 2013.

SOARES, L. S. Do autorretrato ao selfie: um breve histórico da fotografia de si mesmo. **Ciência e Cultura**, n. 48, p. 179-193. Curitiba: Tuiuti, 2014. Disponível em: [http://www.utp.br/tuiuticienciaecultura/ciclo\\_4/tcc\\_48\\_hist\\_da\\_ccao/pdf\\_48/art\\_12.pdf](http://www.utp.br/tuiuticienciaecultura/ciclo_4/tcc_48_hist_da_ccao/pdf_48/art_12.pdf). Acesso em: 10 jun. 2016.

STRELOW et al. (Orgs.). **História, Teorias, Gêneros e Práticas.** São Paulo: INTERCOM, 2012. (Coleção GP'S : grupos de pesquisa; vol. 4).

THOMPSON, John B. **Ideologia e cultura moderna:** teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa. 9º ed. Petropolis, RJ: Vozes, 2011.

\_\_\_\_\_. **A mídia e a modernidade:** uma teoria social da mídia. Trad. Wagner de Oliveira Brandão; revisão da trad. Leonardo Avritzer. Petrópolis, RJ: Vozes, 1998.

\_\_\_\_\_. Fronteiras cambiantes da vida pública e privada. **Revista MATRIZES.** São Paulo, v. 4, n. 1, p. 11-36, jul./dez. 2010.

THOMPSON, John B. A nova visibilidade. **MATRIZES**, Brasil, Dossiê, n. 2, 2008. Disponível em: <http://revistas.usp.br/matrizes/article/view/38190/40930>. Acesso em: 19 nov. 2016.

VAZ, Paulo et al. O fator de risco na mídia. **Interface - Comunic, Saúde, Educ**, v.11, n.21, p.145-63, jan/abr 2007.

VAZ, Paulo. Consumo e risco: mídia e experiência do corpo na atualidade. **Comunicação, Mídia e Consumo** (São Paulo), São Paulo, v. 3, n.6, p. 37-62, 2006.

VAZ, Paulo. SÁ-CARVALHO, Carolina; POMBO, Mariana. Risco e sofrimento evitável: a imagem da polícia no noticiário de crime. **Compós**: Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, v.4, p 5-2, 2005. Disponível em: < <http://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/46/46>>. Acesso em: 23 jan 2018.

VAZ, Paulo Roberto Gibaldi. O Corpo-Propriedade. In: FAUSTO NETO, A.; PINTO, M. J. (Orgs.). **Mídia e Cultura**. Rio de Janeiro, 1997.

FIGURA 1: Disponível em: <[https://www.instagram.com/p/7C7jrohB-z/?taken-by=angela\\_nikolau](https://www.instagram.com/p/7C7jrohB-z/?taken-by=angela_nikolau)>. Acesso em: 28 abril 2018.

FIGURA 2: Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/9B3HK0AbUr/?taken-by=beerkus>>. Acesso em: 06 mar 2018.

FIGURA 3: Disponível em: <[https://www.instagram.com/p/BI16UzFjWGN/?taken-by=angela\\_nikolau](https://www.instagram.com/p/BI16UzFjWGN/?taken-by=angela_nikolau)>. Acesso em: 12 mar 2018.

FIGURA 4: Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/BOZwnArhklU/?taken-by=beerkus>>. Acesso em: 12 mar 2018.

FIGURA 5: Disponível em: <[https://www.instagram.com/p/BW-QqeSDMTv/?taken-by=angela\\_nikolau](https://www.instagram.com/p/BW-QqeSDMTv/?taken-by=angela_nikolau)>. Acesso em: 27 abr 2018.

FIGURA 6: Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/BWU-yPQgiTn/?taken-by=beerkus>>. Acesso em: 26 abr 2018.